
六級產業模式整合體驗式行銷對提升農村
社區產業經營之研究-以國姓鄉南港村農村
再生社區為例

執行單位：逢甲大學

執行期間：109年2月6日至109年12月31日

計畫主持人：劉翁昆 副教授

行政院農業委員會水土保持局 編印

中華民國 109 年 12 月

（本報告書內容及建議純屬執行單位意見，僅供本局施政參考）



六級產業模式整合體驗式行銷對提升農村社區產業經營之研究-以國姓鄉南港村農村再生社區為例

摘要

產業發展勢必要做適當的跨業整合，一方面是以一、二、三級產業的組合($1+2+3=6$)，另一方面是產業之間的優勢融合($1\times 2\times 3=6$)，期能產生跨業整合的最大效益。鑑此，本研究參酌國內六級產業發展經驗，並參考「體驗經濟」的觀點，盤點現況發展情形，依據相關學者和一般消費者有關消費、行銷、生活風格等認知與觀點，在既有產業優勢的基礎下，嘗試導入美學、文化、創意等體驗經濟的投入元素，發展體驗的產品級服務，藉由獨特化的體驗做法，跨越傳統對於農業、製造業、服務業等單一元素分野的概念，促使經營服務模式創新，以達產業轉型升級的目的。

本研究實踐場域是南投縣國姓鄉南港社區。因 921 地震事件而形成的特殊地質景觀與長期經營的農村社區，在農村再生方面已有七、八年之久，為有效利用南港社區現有資源，如何兼具產業活化與地方發展，成為現今重要的課題。

本研究蒐集整理有關六級產業模式文獻，並蒐集地方產業人士意見，了解南港村與周邊地區發展脈絡，從政府相關計畫支持，到地方產業的發展，可發現地方不論自然或人文環境，都有其自明性，特殊的地質既是光觀優勢，亦是發展限制之一，本研究透過歸納分析，嘗試以農村社區旅行規劃作為本計畫執行的主軸，並試以過去社區經驗與現有資源，以服務資源與遊程種類，規劃四種可行路線方案，並在實作之前，透過問卷訪問一般民眾對於南港社區之認知與旅遊動機；

而後施行其中三種方案實作後，再次透過問卷方式，了解本次體驗式行銷施行成效，輔以提供南港社區參考與策略方向擬定之依據。

關鍵字： 六級產業模式、九份二山、南港社區、農村再生



目次

摘要.....	I
目次.....	III
表次.....	V
圖次.....	VIII
第一章 緒論.....	1-1
第一節 研究背景與目的	1-1
第二節 研究範圍與內容	1-5
第二章 文獻回顧	2-1
第一節 體驗經濟	2-1
第二節 六級產業模式	2-6
第三節 消費行為與需求	2-14
第四節 小結	2-16
第三章 研究設計.....	3-1
第一節 研究方法	3-1
第二節 研究流程與步驟	3-3
第三節 計畫執行期程	3-6
第四章 研究成果	4-1
第一節 現況資源調查	4-1
第二節 社區深度訪談	4-38
第三節 六級產業資源分析與案例比較	4-44
第四節 體驗式行銷建構與實作	4-75
第五節 發展策略方案擬定、提案與回饋	4-86

第五章 結論與建議	5-1
第一節 結論	5-1
第二節 建議	5-4
第三節 達成效益	5-6
參考文獻.....	參-1
附錄一、期初審查意見回覆	
附錄二、期中審查意見回覆	
附錄三、南港社區訪談紀錄表	
附錄四、旅遊動機及體驗行銷問卷	
附錄五、期末審查意見回覆	



表次

表 2-1 提出六級產業事業提案應面對事項表	2-11
表 2-2 遊程運用類型	2-13
表 2-3 文獻探討分析表	2-16
表 3-1 計畫工作進度時程表	3-6
表 4-1 南港村周邊自然、人文與工程資源盤點表	4-2
表 4-2 99 年-108 年南港村周邊工程列表	4-3
表 4-3 九份二山紀念地暨水鹿體驗行銷推廣計畫	4-5
表 4-4 南港社區農村再生年度執行計畫總覽表	4-6
表 4-5 南港社區農村再生年度執行計畫-產業活化類	4-7
表 4-6 南港社區近年推動計畫表	4-9
表 4-7 九份二山植物多樣性調查表	4-14
表 4-8 九份二山生物多樣性調查表	4-16
表 4-9 歷年鄰近鄉鎮及南港村人口統計表	4-23
表 4-10 106 年各鄉鎮主要作物收穫面積及生產量表	4-26
表 4-11 106 年各鄉鎮主要作物收穫面積及生產量表	4-27
表 4-12 105 年國姓鄉各行業別場所單位家數一覽表	4-28
表 4-13 鄰近埔里鎮、魚池鄉及國姓鄉之農村再生社區一覽表	4-35
表 4-14 南港社區訪談時程表	4-38
表 4-15 南港社區社區座談民眾提問彙總表	4-39
表 4-16 南港社區每月特色主題盤點	4-43
表 4-17 南港社區當地特有食材及農產品	4-48
表 4-18 南港村合法旅宿資料	4-58
表 4-19 南港村露營場資料	4-58
表 4-20 既有社區組織	4-60

表 4-21 跟著小水鹿體驗趣行程.....	4-62
表 4-22 體驗行程費用	4-62
表 4-23 薑黃、鹿茸體驗之旅行程.....	4-63
表 4-24 國姓夏季二天一夜深度體驗活動十賞鹿趣行程	4-64
表 4-25 立川漁場發展休閒漁業的資源五構面	4-69
表 4-26 薰衣草森林經營元素.....	4-71
表 4-27 南港社區體驗式行銷內容歸納表	4-76
表 4-28 遊程內容盤點.....	4-77
表 4-29 初步路線規劃.....	4-78
表 4-30 10/19 方案一行程表	4-81
表 4-31 10/19 方案三行程表	4-83
表 4-32 9/19 方案四行程表	4-84
表 4-33 遊客背景之操作型定義與問卷題項	4-87
表 4-34 旅遊動機各構面之操作型定義與問卷題項	4-88
表 4-35 體驗行銷各構面之操作型定義與問卷題項	4-88
表 4-36 民眾填答者性別統計表.....	4-91
表 4-37 民眾填答者年齡統計表.....	4-91
表 4-38 民眾填答者教育程度統計表.....	4-92
表 4-39 民眾填答者月均所得統計表.....	4-92
表 4-40 民眾填答者資訊來源統計表(複選題).....	4-93
表 4-41 民眾填答者地方認知統計表(複選題).....	4-93
表 4-42 民眾填答者套裝行程統計表.....	4-94
表 4-43 民眾填答者考量動機統計表(複選題).....	4-94
表 4-44 遊客填答者性別統計表.....	4-95
表 4-45 遊客填答者年齡統計表.....	4-95

表 4-46 遊客填答者教育程度統計表.....	4-96
表 4-47 遊客填答者職業統計表.....	4-96
表 4-48 遊客填答者月均所得統計表.....	4-97
表 4-49 遊客填答者資訊來源統計表(複選題).....	4-97
表 4-50 體驗行銷之敘述行統計分析表.....	4-99
表 4-51 遊客填答者意見彙整表.....	4-101
表 5-1 經濟效益彙整表	5-6



圖次

圖 1-1 南港社區範圍圖	1-5
圖 2-1 經濟型態遞進過程圖	2-2
圖 2-2 六級產業模式圖	2-6
圖 2-3 六級產業架構圖	2-8
圖 3-1 研究流程圖	3-3
圖 4-1 南港村資源盤點圖	4-1
圖 4-2 2019 年國姓鄉鹿神祭暨枇杷評鑑產業文化活動	4-8
圖 4-3 南投國姓咖啡節 X 潑水 FUN 暑假	4-9
圖 4-4 九份二山地質分布圖	4-10
圖 4-5 九份二山月平均雨量與降雨日數統計圖	4-11
圖 4-6 九份二山地景變遷過程圖	4-13
圖 4-7 次生林植物	4-15
圖 4-8 崩塌裸露地與草生地植物	4-15
圖 4-9 經濟作物	4-16
圖 4-10 兩棲類動物	4-18
圖 4-11 爬蟲類動物	4-18
圖 4-12 哺乳類動物	4-19
圖 4-13 昆蟲類動物	4-20
圖 4-14 無脊椎動物	4-21
圖 4-15 魚蝦蟹類動物	4-21
圖 4-16 鳥類動物	4-22
圖 4-17 民國 96 年至 106 年南港村歷年人口趨勢圖	4-23
圖 4-18 105 年 12 月南港村性別年齡人口結構圖	4-24
圖 4-19 109 年 4 月南港村性別年齡人口結構圖	4-24

圖 4-20	106 年國姓鄉蔬菜及特用作物產量長條圖	4-26
圖 4-21	107 年各縣市鹿及鹿茸產量統計圖	4-29
圖 4-22	96 年-106 年南投縣及國姓鄉養鹿頭數統計圖	4-29
圖 4-23	九份二山地震園區聯外道路系統圖	4-32
圖 4-24	九份二山地震園區道路圖	4-34
圖 4-25	北港村糯米橋、百年茄冬樹	4-36
圖 4-26	桃米生態村	4-37
圖 4-27	南港社區訪談執行情況	4-39
圖 4-28	水鹿養殖情形	4-44
圖 4-29	枇杷果園（左）、咖啡（右）	4-45
圖 4-30	水鹿取鹿茸（左）與鹿茸裁切（右）	4-45
圖 4-31	咖啡烘焙	4-46
圖 4-32	薑黃加工	4-46
圖 4-33	薑黃皂 DIY	4-47
圖 4-34	醃醬鳳梨	4-47
圖 4-35	南港社區特有食材及農產品	4-48
圖 4-36	導覽體驗活動	4-48
圖 4-37	傾斜屋	4-49
圖 4-38	震爆點	4-50
圖 4-39	堰塞湖	4-50
圖 4-40	原生植物園	4-51
圖 4-41	石門觀景台	4-52
圖 4-42	九份二山地震紀念碑	4-52
圖 4-43	水鹿原鄉公園	4-53
圖 4-44	明湖宮位移情形	4-53

圖 4-45	明湖宮	4-54
圖 4-46	褒雄宮	4-54
圖 4-47	金九步道	4-54
圖 4-48	林屋伙房	4-55
圖 4-49	展售中心	4-55
圖 4-50	傾斜屋外市集	4-56
圖 4-51	南港社區活動中心	4-56
圖 4-52	南港社區活動中心	4-57
圖 4-53	震爆點、堰塞湖停車場	4-57
圖 4-54	南港社區遊憩資源分布示意圖	4-59
圖 4-55	南港社區發展協會組織架構	4-60
圖 4-56	立川集團企業關係圖	4-68
圖 4-57	薰衣草森林的經營策略	4-72
圖 4-58	六級產業分析比較圖	4-74
圖 4-59	水鹿農村經典路線 (10/19)	4-82
圖 4-60	生態環境教育路線 (10/19)	4-83
圖 4-61	北港、南港社區路線 (9/19)	4-85
圖 4-62	研究架構	4-86

第一章 緒論

第一節 研究背景與目的

一、研究背景

在產業發展歷程中，農事者的定位向來侷限於初級生產，從業人員往往終年滯留地廣人稀的農村，成天面對農作物與自然環境，日復一日依循經驗法則操作農事、販賣收成的作物。但已開發國家歷經工業技術革新之後，經濟型態往服務業高速成長，三級產業轉而成為國內生產總值 (GDP) 的主要重心。而屬於初級產業的農業逐漸式微後，倘若不具有規模生產效益，便容易遭受自由貿易帶來廉價進口農產品之競爭，引致農村勞動力流失、生產基盤荒廢、文化與技術無法傳承等弊病。如今地球村概念早已蔚然成形，農業經營模式若仍然停滯在「初級產業」的框架之中，無視市場脈動一味投入生產，獲利空間只會持續被壓縮，生存條件勢將日漸嚴峻。而「六級產業化」觀點的萌生與發展，正是成熟經濟體農業部門面對內憂外患之下，得以加值重生的策應之道。

農業經濟為產業基礎，在現今全球影響下在地發展日趨重要，地方特色產業之發展，逐漸成為主流趨勢，在國際間興起一波盛行風潮。特別以農業為首，在全球區域整合的國際化浪潮下，受衝擊的是從事一級產業者，如何提昇其附加價值，增進糧食安全，透過農業在地化發展，並提升其產業運作效率，擴張至第二級產業加工業及第三級服務行銷業的連結，促成在地農業經濟的發展，活化在地特色產業，並輔以公部門、私部門，乃至第三部門的協力，便是本研究探討主軸。

二、研究動機

回顧過去經濟發展，從農業經濟、工業經濟、服務經濟進入了體驗經濟，產業的界線越來越模糊，一級產業（農業）需要二級產業（工業）大量生產，規模製造的手法，也需要三級產業（服務）品牌、行銷的支援，創造一級產業的最大價值；二級產業除了持續提高生產效率、精進產品品質外，也需擴大產品銷售、滿足顧客需求，並重視生態保育及節能減碳，以獲利害關係人的認同；三級產業而言，商品力需要生產力、品質力與行銷力的支持，也要感性場域、故事性與服務的加持，才能創造顧客的回憶與建立顧客的忠誠度。

產業發展勢必要做適當的跨業整合，一方面是以一、二、三級產業的組合（ $1+2+3=6$ ），另一方面是產業之間的優勢融合（ $1 \times 2 \times 3=6$ ），期能產生跨業整合的最大效益。鑑此，本研究將參酌國內六級產業發展經驗，並參考「體驗經濟」的觀點，盤點現況發展情形，依據相關學者和一般消費者有關消費、行銷、生活風格等認知與觀點，在既有產業優勢的基礎下，嘗試導入美學、文化、創意等體驗經濟的投入元素，發展體驗的產品級服務，藉由獨特化的體驗做法，跨越傳統對於農業、製造業、服務業等單一元素分野的概念，促使經營服務模式創新，以達產業轉型升級的目的。

三、研究目的

本研究實踐場域是南投縣國姓鄉南港社區。因 921 地震事件而形成的特殊地質景觀與長期經營的農村社區，在農村再生方面已有七、八年之久，為有效利用南港社區現有資源，如何兼具產業活化與地方發展，成為現今重要的課題。

在導入體驗經濟與六級產業模式之後，區域內外之社會價值結構及營運模式將可如何改變與使用，以形成地區的新形貌（如發現專屬地方特色、引進新開發新品項、導入美學、創意及品牌元素與生產鏈結消費等）。期能促成因地方發展脈絡與特有農產業，而產生的特殊發展紋理，以本研究計畫帶領有關專業領域知識的研究創新和思維，解決過去一級產業與地方發展的競合問題，帶來不同的行銷方式與產業經營模式，進而擴展周邊區域，並且邀請產業界與居民實際參與推動過程，建構產業創新模式，研究顧客需求、規劃設計與創新研發，到後端的通路品牌、場域空間、銷售服務，甚至跨界鏈結等方式，最後達成產業升級、創活地方或創造地方品牌，促成創新六級產業模式的目標。本計畫為單一年度新提計畫，年度全程有以下四項目的。

（一）闡明六級產業模式與地景之關係

統整南港社區產業現況、課題以體驗行銷與六級產業理論為基礎，盤點國姓鄉南港村地方一、二、三級產業發展情形與經營策略，並藉由現地觀察、參與式觀察法與深度訪談，發覺可進行六級產業模式之事業與課題。

（二）南港社區與相關實際案例之比較研析

透過統整南港社區現況產業情形，並將南港社區現況結構化，並與國內實際操作成功案例（六級產業案例）進行比較分析。思考在地特色農村產業做分析歸納，並從中找出適合產業發展模式與解決方法，提供地方發展相關產業方向參考與建議。

(三) 南港社區創新產業模式之可行性擬定

基於上述作業，選定地方產業並研究消費市場，將六級產業模式應用於地方產業，並提出產業發展方向建議及示範性實作。

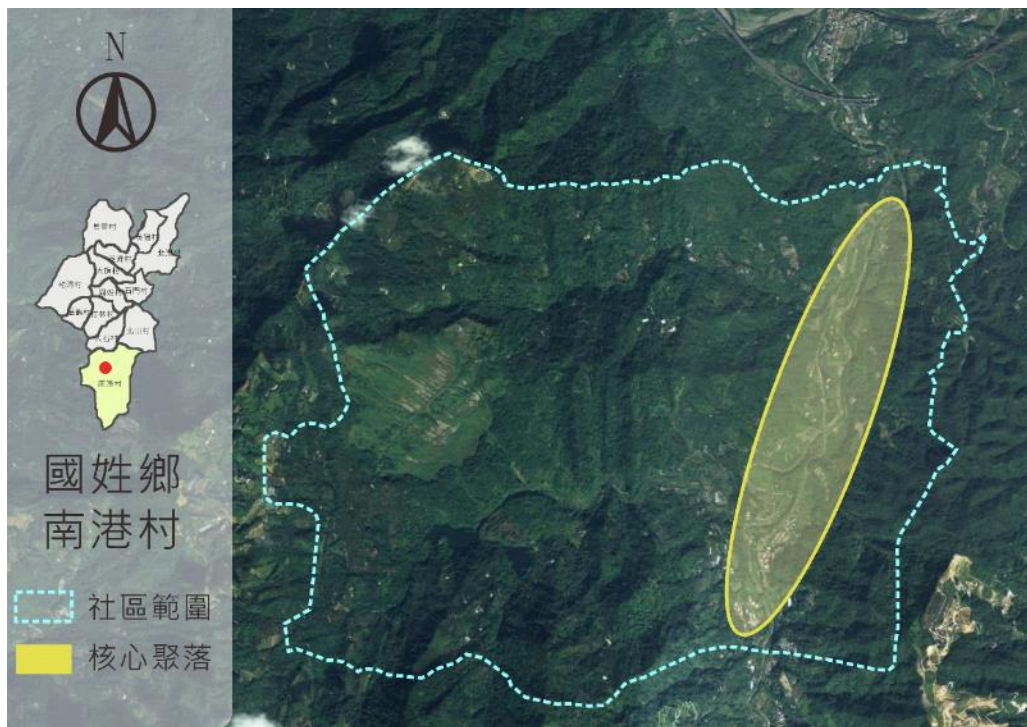
(四) 六級產業與體驗行銷模式之實踐

依據選定之產業帶入推動六級產業事業提案，研究分析消費目標市場，並規劃課程導入，對於地方議題進行實作與發想，將成果回饋於地方產業模式，最後進行示範性實作，依據實作成果與回饋提出產業發展方向建議。



第二節 研究範圍與內容

本研究以南投縣國姓鄉南港社區為研究範圍，南港村範圍如圖 1- 1 所示，921 大地震後位於南港村西側九份二山地區，因地震引發大規模崩塌，並成立九份二山國家地震紀念地（亦有稱地震紀念園區；以下則簡稱園區），經長期生態復育迄今，生態物種豐富多樣，園區景象展現生機。



資料來源：南投縣國姓鄉南港社區農村再生計畫

圖 1-1 南港社區範圍圖

南港社區早期以樟腦、香茅、香蕉、樹薯、蕃薯、金瓜及畜牧為主，發展至中期，約民國 45 年前，則以香蕉、生薑、金瓜及畜牧為主；而目前南港社區產業以鹿茸、檳榔、青梅、茶、生薑、枇杷、香蕉、樹葡萄等為主業作物。過去檳榔產業由於生產過剩，市場價格大幅滑落，至今南港社區的檳榔產業已有粗放現象，已成缺乏經濟效益之弱勢產業。而南港村因地理環境特性為培育台灣水鹿之最佳地點，無論由海拔高度、氣候溫度、水質等都是全

台之首選，近年由於本地水鹿養殖業之從業人口及飼養數量均持續成長，而成為南港社區之主要經濟產業。產量居全國第二的青梅、柑林枇杷、香菇、香蕉等皆為本地農特產品。然而，在社會變遷與貿易自由化環境下，臺灣農業面臨傳統小農經營缺乏效率、農民高齡化、競爭力不足的壓力，農業生產結構有加速調整之必要。



第二章 文獻回顧

第一節 體驗經濟

體驗經濟一詞最早出現在 Pine II & Gilmore (1998) 合力出版的「體驗經濟」中，同時這也被認定是體驗經濟理論首次的公開發表。作者用「以商品為道具、服務為舞台、以提供體驗作為主要經濟提供品的經濟型態。」來說明體驗經濟，此種說法是從人類社會經濟所提供品或經濟價值的演進過程來看的。作者將近代的人類社會經濟型態區分為四期，分別是產品經濟、商品經濟、服務經濟以及最後由服務經濟衍生而生的體驗經濟。其中產業結構所對應的分別是農業、工業、服務業以及體驗業。在此可知的是，社會經濟發展差異隨著人們的需求變化將導致產業重心的轉移，在農業經濟時代，農產品即可滿足人類基本需求；工業經濟時代，工業製商品為人們大量使用的生活用品；服務經濟時代則代表商品與服務品質為人們重視的要素，而隨著生活品質及需求質量提高，但是人們更加重視個人化與感性需求，至此迎來帶有可回憶性的體驗經濟時代。有關經濟型態遞進過程如圖 2-1 所示。

Pine & Gilmore (1998) 將「體驗」視為一種經濟型態的產出，可就與消費者相處的時間來收費，體驗被視為是一種可交易的財貨或商品所具有的附加價值。體驗經濟代表著消費市場與消費心理的變化都為牽動經濟變化的重要環節。概括地說，整體經濟型態發展過程是越來越客製化、獨特化的趨勢。以咖啡產業為例，當咖啡被當成貨物販賣時，一磅能賣 300 元；當咖啡被包裝為商品時，一杯就可以賣 25 元；當其加入了服務，在咖啡店中販賣，一杯要 35~100 元；但如能讓顧客體驗咖啡的香醇與生活方式，

一杯就可以賣到 150 元甚至更多。如同著名咖啡品牌星巴克（Starbucks）的成功關鍵並非提供上好的咖啡豆，而是提供客人難忘且舒適「體驗」，這也正是體驗經濟下的關鍵收益特點。

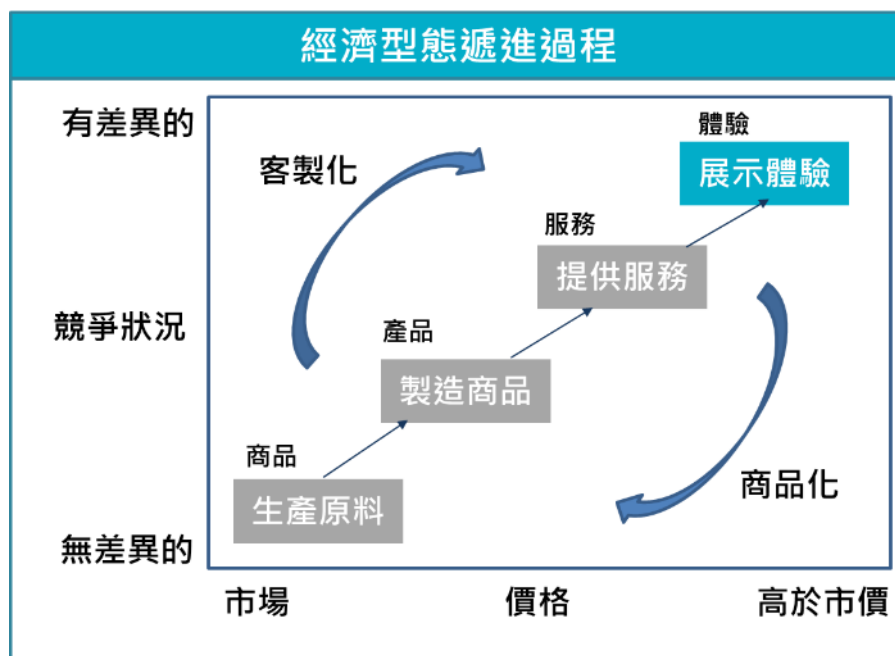


圖 2-1 經濟型態遞進過程圖

一、顧客參與度和體驗者與環境的關係

Pine & Gilmore（1998）從兩個維度對體驗進行分類，分別是「顧客參與度」與「體驗者與環境的關係」。「顧客參與度」的維度端點為「被動參與」與「積極參與」，「被動參與」代表顧客不影響表演本身，如以聽眾的身分聆聽演奏會；「積極參與」代表顧客在創造體驗的事件中扮演關鍵腳色，如球類運動、滑雪者等。「體驗者與環境的關係」的維度端點則為「吸取」和「沉浸」。「吸取」表示透過讓人了解體驗的方式，來吸引人的注意，「沉浸」則指消費者和事件為一個整體，也就是消費者為體驗的一部分。根據這兩個維度的所構成的四個象現，Pine 和 Gilmore 將之分為體驗四大類型，分別是娛樂、教育、審美以及逃避現實。

(一) 娛樂體驗

指消費者主要依靠感覺被動與吸收的一種體驗。這是一種相對單向的行為，消費者參與的不多，如看電影、看球賽等。

(二) 教育體驗

指消費者能在事件發生的過程中通過主動參與而吸收到知識的一種體驗過程，參與者多處於事件之外，而不是沉浸在活動中。如參加培訓，閱讀等。

(三) 審美體驗

指個人沉浸在某一事物或環境中，而對環境產生極小的影響或幾乎沒有影響。如遊客欣賞山水風景、觀賞藝術展覽等。

(四) 逃避現實體驗

指消費者不僅沉浸在某種體驗中，還主動參與到體驗的營造中，從而經歷與現實生活不同的另一種體驗，如網路遊戲、虛擬實境等。

二、體驗行銷

體驗行銷為 Schmitt (1999) 所提出的行銷理論，基於消費者心理學理論及顧客的社會行為為基礎，並將傳統行銷的觀點包含其中，為管理顧客體驗發展出的概念。Schmitt (1999) 認為行銷已走向嶄新的領域，是提供消費者能觸動他們內心、具有感染力、與情境和感受相互關聯的體驗，能使產品或服務昇華到為消費者創造一種體驗。而消費者想要的行銷活動案便與此有關。Schmitt (1999) 將體驗行銷定義為「由個別顧客觀察或參與事件後，感受某些刺激而誘發其動機，產生認同或消費行為的思維，增強產品價值。」消費行為不只是消費本身，更包含對體驗的追求。體

驗行銷著重在給予消費者深刻且不可取代的體驗經驗，進而吸引消費者一再消費的行銷方式。體驗並非自發而是誘發，並由行銷人員掌控導致顧客體驗刺激的體驗媒介與將提供何種形式的體驗。

不同於傳統行銷，體驗行銷的目標核心在於為顧客創造不同的體驗形式，重點在於觸動顧客的情感，進而強化消費者對產品或品牌的認同。Schmitt（1999）認為，體驗行銷應以消費者的角度，透過感官、情感、思考、行動、關聯等五個要素來設計，並且提出策略體驗模組（Strategic Experiential Modules, SEMs）及體驗媒介（Experiential Providers, ExPros），進而建構出體驗矩陣（Experience grid）。

（一）感官體驗

以五種感官為訴求，由視覺、聽覺、嗅覺、味覺、及觸覺五覺所形成的刺激，形成美學的愉悅、興奮與滿足。目標在於刺激消費者的知覺，藉此提供美學的愉悅及滿足。感官體驗的訴求目標是要創造感官衝擊，為產品添附加價值。

（二）情感體驗

藉由提供某種體驗刺激，誘發消費者對品牌產生情感，或是觸動消費者內在的情感與情緒。透過影響人們對空間、時間和事物的體驗，改變參觀者對現實的感覺並導引到某種情緒中。主要透過情境氛圍在購買過程中激發消費者內在的情感。情感體驗運作需要了解何種刺激可以引起何種情緒，並促使消費者自動的參與。

(三) 思考體驗

思考體驗訴求的是智力，目標是用創意的方式使顧客創造認知與解決問題的體驗。經由驚奇、引起興趣、挑起消費者運用集中思考與分散思考的能力，鼓勵消費者參與思考體驗，促使他們對企業與產品進行評估與討論。思考體驗需充分了解消費者的知識結構，清楚掌握消費者所專注的環節，鼓勵消費者跳脫傳統觀念或慣性思考，建立對品牌的認同。

(四) 行動體驗

行動體驗的目標是影響身體的有形體驗、生活型態與行為模式。行動體驗藉由增加身體體驗，指出做事的替代方法或替代的生活型態，用以豐富顧客的生活。生活型態的改變，相對而言是更為自發的，並具有代表自身的意涵。許多行動體驗起因於公開的互動，顧客可以使用他們的行動，來展現自我觀感與價值。

(五) 關聯體驗

關聯體驗包含感官、情感、思考與行動體驗等層面。關聯體驗的訴求是對理想自我的追求，使消費者與社會系統產生連結。關聯體驗的目標是：為自我改進，想要與未來的「理想自己」有關的個人渴望。關聯行銷的關鍵之處在於正確認知目標消費者與其想參與的文化，為消費者創造一獨到的社會識別。

第二節 六級產業模式

除了體驗經濟，近年由日本今村奈良臣提出「六級產業模式」概念相似，其藉由以一級產業帶動第二、三級產業串聯的方式，進行經濟效益的擴張，利用產品本身所塑造的附加價值發展銷路，此附加價值不僅包含農作物產品本身，其概念包含再生能源、文化價值、傳統藝術、風景觀賞等等概念要素於內，帶來不同文化價值的活用，進而形成六級產業理論最終目標：活絡農山漁村經濟，提升鄉村雇用就業所得，甚至糧食自給率提升等等具體目標。

過去講求消費者滿意度，現在六級產業所追求的是共鳴度，不只注重功能、銷售，更要創造感動，融會一級產業的「鮮」、二級產業的「美」、三級產業的「酷」，透過美學為溝通工具，訴說精簡、具有意義、曲折與張力的感人故事，串連在地文化與顧客心靈深處的渴望，引發撥動心弦的連鎖效應。有關六級產業模式如圖 2-2 所示。



圖 2-2 六級產業模式圖

一、六級產業的核心

蘇錦夥（2014）指出，感質是六級化的必修課程，所謂感質（Qualia）的核心價值即以品質延伸為基礎，並以 ABCDE 為重點，即魅力（Attractiveness）、美感（Beauty）、創意（Creativity）、精緻（Delicacy）、工學（Engineering）為五大核心主軸，其中魅力、創造、感性工程三項和美感與精緻兩項，分別代表感質過程與感質結果。感質產生過程要全程做好魅力品質發想、創意創新規劃與感性工程實踐等三個階段的策劃、設計與執行工作，協助透過有形產品與服務流程，形塑獨特風格，增加產品附加價值。

農業六級化是以農企業營運的核心知識為基礎，把二、三級產業的優勢做最佳的組合或融合，讓農企業營運展現新的風貌與樣態，創造獨特的風格，並在消費過程獲得認同和共鳴。

蘇錦夥（2014）認為，當體驗經濟來臨時，農業將面臨借一、接二、連三、晉六，一產六級化的挑戰，不僅要持續精進既有的一產農業技術，承接二產製造業在制度化、標準化、大量化與品質化的生產優勢，也要無縫鏈接三產服務業的通路品牌和顧客服務的長處，同時也為農民或農產品提供令人心神馳往為之動容的故事，讓消費者體驗感動或實現自我，以提升農業的國際競爭力。有關六級產業架構如圖 2-3 所示。

（一）借一

借用農業社會「尊重自然、和諧圓滿」的生活智慧，讓任何創新和作為，都能具有天地人合一的境界。

(二) 接二

善用工業社會「品質化、制度化、標準化」的措施，進行效率化運作，以避免浪費和損失，並達成資源有效應用和產出的最佳化。

(三) 連三

發揮服務業在資訊、流程、符號、通路上的專長，讓生產和消費無縫鏈結，創造顧客滿意度和忠誠度。

(四) 晉六

融入美學、文化、創造等元素，把賣場變成劇場。把消費視同是一個體驗的過程，讓體驗的回憶能恆久留存，甚至協助顧客實現自我，轉變顧客成為產品。

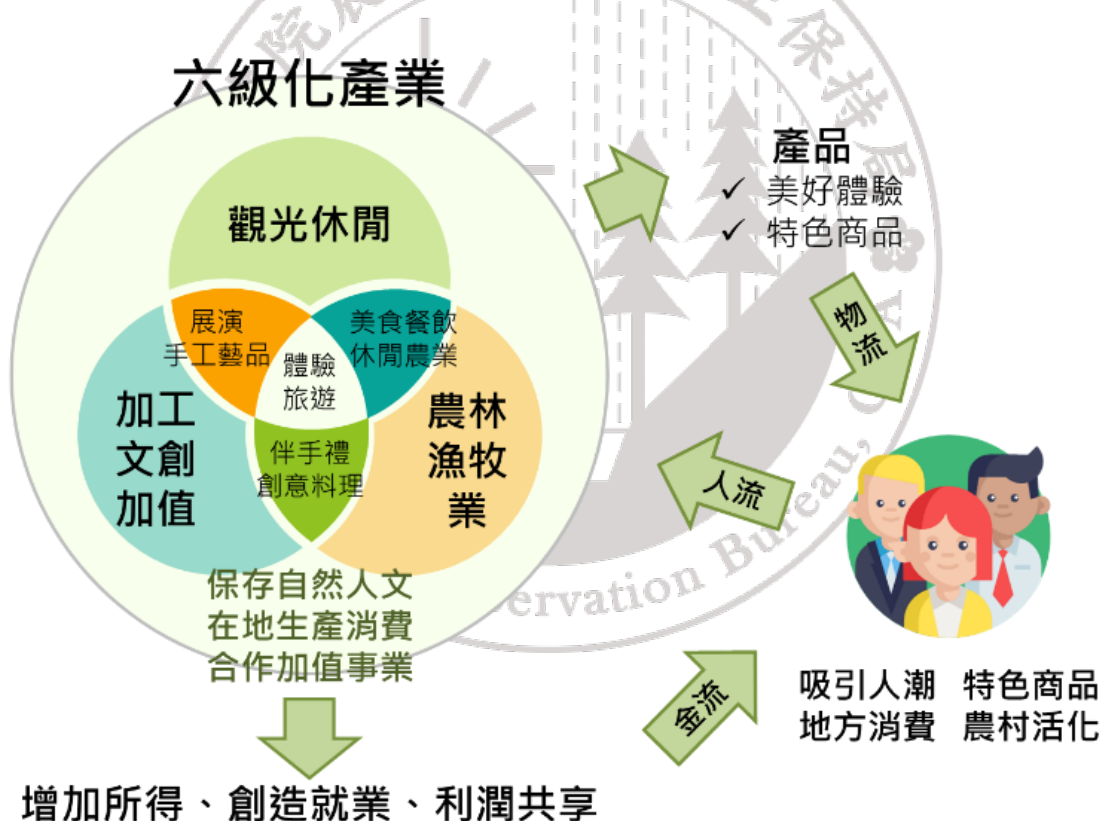


圖 2-3 六級產業架構圖

二、六級產業之類型

黃瑋如(2011)指出，日本發展六級產業化已有十多年時間，其中依據企業之狀況與條件發展出不同類型的經營模式，主要有三：穩紮穩打型、創新體驗型、交流平台型。對於在六級產業化過程中尚未找到定位的南港社區，可以從以下三種類型中尋找出適當的策略方向。

(一) 穩紮穩打型

此類型依照六級產業化之方針，以第一級產業為首，逐步由生產導向轉向二、三級產業發展。較常用於原本在第一級產業擁有一定實力（資金、人力、技術資源豐厚）的組織團體上，對於周遭產業與環境的影響力也較大。

(二) 創意體驗型

此類型與穩紮穩打型的策略相似，同樣以第一級產業為首，逐步延伸至第二級與第三級產業。但其中更著重於發揮各級產業之優勢與資源，並發展出創新的營運模式，開發多元通路與提供創新服務，發揮相乘之綜效，是一種小而美的企業型態（黃瑋如，2011）。較常用於原本在第一級產業實力較不足（資金、人力、技術資源不成熟）的組織團體上，對於周遭產業與環境的影響力也較小。

(三) 交流平台型

此類型以第三級產業整合第一級產業與第二級產業，為各級產業之間建立交流與交易的平台。以農業產業方面而言，便是發揮第三級產業之專長，為合作或是相關組織團體舉辦各種活動與

交流機會，凝聚地區發展農業產業的向心力，以此帶動當地農業與其他產業間之合作，發揮農產品發展之潛力（叢昕滋，2015）。

三、形成與推動六級產業事業提案

鑒於人口減少、人口過度集中大都市，以及城鄉發展失衡等問題，行政院成立「地方創生會報」，並訂定 2019 年為台灣地方創生元年。過去村再生所要解決的問題是農村在現代化過程中所面臨的困境，其多以凝聚社區內部的共識為核心，在這個基調上透過在地各種資源，如人文地產景謀求發展的可能性，且產業的發展形態因為由農政部門所啟動的資源投入，故仍以農業為主流。

地方創生亦是處理現代化過程中所出現的各種問題，但相較起來它所要面對的就不只是地方層級的困境而已。要透過重新找向外求援、創造新發展元素，如找尋具有創造力的人、發展吸引移居的產業型態，讓地方翻轉或免於殞落消失。發展產業只要在不違法的前提下，就存在更多天馬行空的彈性空間。其整合地方歷史文化、人文風情以及產業特色來活絡地方經濟、創造就業機會。

該研究參酌地方創生提案計畫推動流程，第一步首先尋找地方 DNA，意即專屬地方之特色產業，進而凝聚共識、形成願景，並研擬事業構想；其二找尋專業資源投入，協助地方強化事業、財務計畫、技術、創新及行銷內容；其三，依照案件性質，綜整個地方資源投入，確認執行事業內容並邀請相關團體投資。有關提出六級產業事業提案可參考表 2-1。

表 2-1 提出六級產業事業提案應面對事項表

措施內容		說明
1	對象地區事業的現狀掌握與分析	- 內部環境分析、外部環境分析 - 課題盤點與針對課題解決的方法性
2	目標鄉鎮（區域範圍）的設定	海域、陸域的範圍設定
3	對象者（利害關係人）的設定	地方政府、居民、事業體、協會組織等的市定
4	目標顧客的設定	都市、鄉村、外國人、年齡層
5	向目標顧客所提供的價值	如何提供附加價值
6	地方事業的願景	考慮經濟面、環境面、社會面的願景
7	地方事業的方向性	為實現願景的事業方向性/戰略（數值目標與達到該目標的手段）
8	商業模式	為提供附加價值的商業模式
9	地方事業長期計畫	將方向性/計畫落實在時間軸（3~5 年）中（「誰在什麼時候之前進行什麼，實現什麼」的行動計畫設定）

資料來源：本計畫彙整

四、農再社區不同階段發展的運作機制

黃世輝等人（2018）在「活絡農村工藝與文化資產的運作機制——以雲林縣推動觀光體驗的農再社區為例」中指出，依社區發展週期表(導入期、成長期、成熟期)，建立三種模式的機制，此三種模式的機制又分為「運作流程」與「遊程的運用」兩類，運作流程意指活絡文化資產與工藝的操作步驟；而遊程的運用意指運作流程最終的產出。

(一) 運作流程

行動體驗的目標是影響身體的有形體驗、生活型態與行為模式。行動體驗藉由增加身體體驗，指出做事的替代方法或替代的生活型態，用以豐富顧客的生活。生活型態的改變，相對而言是更為自發的，並具有代表自身的意涵。許多行動體驗起因於公開的互動，顧客可以使用他們的行動，來展現自我觀感與價值。

1. 導入期

社區因調查尚未充足；因此導入期的運作流程著重於挖掘社區資源，社區資源又包含人文、自然、產業類別；導入期的流程規劃，主要目的是引導社區居民發掘在地無窮的潛力資源、凝聚社區向心力。

2. 成長期

社區的調查資料已有基礎，但內容仍需更深入，並從調查中的社區資源中，尋找共通性與連貫性，設立社區主題；因此成長期的運作流程應著重於潛力文化資源內容的深度與建立社區遊程的主題性；成長期的流程規劃，主要目的是深入社區資源的內涵、吸引社區青年認同並傳承在地文化、建立社區記憶點。

3. 成熟期

社區在各方面調查都已齊全，在文化資源方面，需將調查的資料建構社區資料庫，在推動遊程方面，了解遊客興趣，並發掘社區還可提供的資源，發展不同主題的系列遊程，最後，運用媒體或網絡的整合行銷，讓社區各方面得以均衡發展；因此成熟期的運作流程應著重於系統化建構社區資料庫、設計系列遊程與整合行銷；而成熟期的流程規劃，主要目的是推廣社區文化教育、創造社區工作機會，吸引青年返鄉就業。

(二) 遊程的運用

農在社區其運作流程產出的「遊程的運用」亦分為三種，而遊程的運用中基本的架構又分為「基本遊程」、「主題性遊程」、「慶典活動遊程」。

表 2-2 遊程運用類型

	基本遊程	主題性遊程	慶典活動遊程
客群	1.初次造訪的遊客 2.無目的性的遊客	有目的性的遊客	不限
分類	半日遊、一日遊	文化類、生態類、教育類	依社區資源作不同的分類
參與方式	自由或提前預約	提前預約	報名或固定節日
限制	受遊程時間限制:會有幾個觀光景點無參與到。	受季節限制:有部分生態或產業有季節性的限制而無法體驗。	受舉辦主題、地點、時間限制:活動一年舉辦一次，非常態性。
遊程性質	觀光、娛樂、休閒	教育、研究、創造	觀光、傳承、藝術
優點	• 遊客快速認識社區 • 遊程趣味性較高 • 可建立社區記憶點 • 較易帶來社區收益 • 舉辦成本較低	• 深度了解社區文化、生態、產業 • 引導遊客與居民學習 • 可發揮的空間較大 • 客群興趣相投，遊程中可擦撞出創造力也更貼近與旅客的距離 • 觀光效應較持久 • 遊程品質較高 • 持續維持人文與自然環境資源的價值	• 遊客快速了解社區的生活與習俗 • 提高社區曝光度，吸引人潮 • 保存傳統文化 • 快速凌聚社區向心力 • 讓社區居民深度自我認識的方式
缺點	• 較無法深度了解社區文化 • 缺乏教育性質 • 觀光效應快速退燒 • 遊程品質低 • 環境代價高	• 客群受限 • 究趣味性而言，整體較基本遊程無趣 • 遊程開發時間長 • 遊程發展速度慢	• 舉辦成本高 • 爭議性與重複性較高 • 環境代價高 • 所需人力較多 • 遊程開發時間長 • 觀光效應退燒快

資料來源：黃世輝等人（2018），活絡農村工藝與文化資產的運作機制——以雲林縣推動觀光體驗的農再社區為例

第三節 消費行為與需求

除了產業提升與供給的改善，需求的探討亦是本文探討經營策略之依據，消費者的需求直接對應了產業發展的需求。本研究思考未來南港村可能目標之消費者行為與類型進行文獻回顧，以掌握未來顧客目標設定時之參考。

一、休閒農業消費行為與需求

王鵬森、方正中、蔡育峻（2017）以生態農場與休閒農場遊客行為之研究為題，在生態、休閒農場之遊客背景中，以女性和學生居多，遊客大多為一年只前往一次生態或休閒農場，旅遊目的主要為調劑身心及自我成長這兩種型態，內容包含了可以舒展身心、緩和情緒、享受和諧寧靜的鄉村生活、接觸與體驗大自然、增進與家人間的情感等，這些旅遊動機和性別、婚姻、職業、個人月收入、家庭月收入這幾項有顯著差異；在旅遊滿意度方面，以特殊的自然景致，農業生產過程體驗和公共設施規劃滿意度較高，而遊客活動滿意度和職業、學歷、家庭月收入這幾項有顯著差異，當生態和休閒農場提供遊客旅遊動機的體驗程度越大時，遊客的滿意度也會隨之提升。

劉惠國、何月妃（2016）以深溝水源生態園區的遊客為對象，分析遊客對深溝水源生態園區之行前期待感與實際認知度之差距，並以因素分析萃取出「解說服務」、「解說設施」、「遊憩設施」及「心靈感受」等四個因素構面，其中以「解說服務」因素構面的影響最大。

林碧惠、林慧生（2014）探討遊客對於休閒農場遊憩體驗的知識取向、教育功能及教育價值之現況，及其彼此間的相關性，

並以飛牛牧場現場遊客為研究對象，研究發現，知識取向與教育功能，知識取向與教育價值以及教育功能與教育價值等彼此皆具顯著相關，知識取向與教育功能亦能顯著預測教育價值。

二、農產品消費行為與需求

在丁郁菁（2012）的研究中指出，販售地方特色產品之廠商須掌握消費者對優良形象、消費感知與親民實惠的價值感，有助於產生品質認同的決策購買，以強化消費者於地方特色展售會中的購買機率。

依據行政院（2017）國民消費意識及消費行為調查期末報告指出，食品安全為目前受訪者在食品外觀與標示會注意的，以保存期限(84.2%)為主，其次是營養成分、原料或添加物(57.6%)、保存方式(54.6%)、產地(47.0%)、認證標章(42.3%)、曾發生食安問題的廠商(41.9%)、店家(銷售通路)的衛生(39.1%)、包裝材質(27.2%)。而在購買食品或包裝飲料時注意包裝標示上，有 28.9%的受訪者每次都會注意。若再加上偶爾會注意及經常會注意，則注意比率達 76.9%，顯示多數受訪者會注意商品的標示。

第四節 小結

依據上述文獻回顧內容，後續將以六級產業模式架構，剖析目前國姓鄉南港村農村社區產業經營，應思考如何將一級產業為主的農村社區，透過價值、風貌、創新並且融合二、三級產業做出最佳化的組合，並在過程中受到消費者的青睞與共鳴感，故六級產業模式強調產業的經營方式與脈絡。

而體驗行銷則闡述顧客與農村社區的關係，強調賦予顧客的體驗感受，並且以何種方式傳達給顧客，如文內提到的五項要素，可思考透過何種方式呼應到六級產業所能提供的服務，作為服務檢視之基礎，進而提出提升農村社區產業經營之方案。

從農再社區運作流程與遊程運用，可了解目前南港社區發展階段並作為體驗行銷之實踐方式，回顧消費行為與需求，則可規劃設計符合消費者之遊程，透過六及產業理論剖析南港社區產業，利用體驗行銷檢視產業內容與客戶關係，利用訪談、問卷方式，了解雙邊對產業認知差異，並以消費者行為與需求做為檢視之依據與後續產業經營之參考。

表 2-3 文獻探討分析表

研究作者	文獻	研究主題	研究結果
Pine II & Gilmore (1998)	體驗經濟	Welcome to the experience economy	體驗經濟代表著消費市場與消費心理的變化都為牽動經濟變化的重要環節。概括地說，整體經濟型態發展過程是越來越客製化、獨特化的趨勢。根據「顧客參與度」與「體驗者與環境的關係」這兩個維度的所構成的四個象現，將之分為體驗四大類型，分別是娛樂、教育、審美以及逃避現實。
Schmitt (1999)		Experiential marketing: How to get customers to sense, feel,	體驗行銷應以消費者的角度，透過感官、情感、思考、行動、關聯等五個要素來設計，並且提出策略體驗模組及體驗媒介，進而建構出體驗矩陣。

研究作者	文獻	研究主題	研究結果
		think, act, relate.	
蘇錦夥 (2014)	六級產業模式	級產業達人:123 產如何點石成金	農業六級化是以農企業營運的核心知識為基礎,把二、三級產業的優勢做最佳的組合或融合,讓農企業營運展現新的風貌與樣態,創造獨特的風格,並在消費過程獲得認同和共鳴。
黃瑋如 (2011)		六級產業的個案觀察解析—日本農業的案例	依據企業之狀況與條件發展出不同類型的經營模式,其中「創意體驗型」更著重於發揮各級產業之優勢與資源,並發展出創新的營運模式,開發多元通路與提供創新服務,發揮相乘之綜效,是一種小而美的企業型態。
叢昕滋 (2015)		以六級產業化推動原住民傳統生態知識與農業地景永續發展之研究:以寶地農場為例	作者將寶地農場現有之資源(作物、加工廠、有機知識、自然農法、人文資源等)與阿美族傳統知識結合以探討寶地農場發揮各級產業資源的可能性,以達成六級產業化所提的「創新營運模式」、「創造附加價值」。
黃世輝等人 (2018)		活絡農村工藝與文化資產的運作機制——以雲林縣推動觀光體驗的農再社區為例	透過整體觀光體驗的歸納分析與研究後,提出觀光體驗的五性,分別為在地性、故事性、趣味性、脈絡秀與當代性等五大類,做為未來深入探討農村工藝與文化資產轉化創生之基礎與評估方向。
王鵬森等人 (2017)	消費與需求	生態農場與休閒農場遊客行為之研究	當生態和休閒農場提供遊客旅遊動機的體驗程度越大時,遊客的滿意度也會隨之提升。
劉惠國等人 (2016)		遊客對環境教育場所服務品質之研究-以深溝水源生態園區為例	知識取向與教育功能,知識取向與教育價值以及教育功能與教育價值等彼此皆具顯著相關,知識取向與教育功能亦能顯著預測教育價值。
丁郁菁 (2012)		消費者對地方特色產品的感官體驗、顧客價值與購買決策相關性研究	販售地方特色產品之廠商須掌握消費者對優良形象、消費感知與親民實惠的價值感,有助於產生品質認同的決策購買,以強化消費者於地方特色展售會中的購買機率。
行政院 (2017)		國民消費意識及消費行為調查期末報告	食品安全為目前受訪者在食品外觀與標示會注意的,若再加上偶爾會注意及經常會注意,則注意比率達 76.9%,顯示多數受訪者會注意商品的標示。

資料來源：本研究整理



第三章 研究設計

第一節 研究方法

一、文獻探討

蒐集體驗經濟、六級產業及消費者行為等論文、期刊與書籍，依據文獻整理歸納，剖析南港村產業情形，建立六級產業分析架構與建立產業經營模式。

二、案例比較

根據蒐集相關的資料統整，建立國姓鄉南港村六級產業化與在地農業產業之關係架構。再以文獻資料將著名之六級產業案例之組織與經營架構統整，並繪製架構圖。以此將相關案例做比較分析，分別以第一級產業、第二級產業、第三級產業與產業理念四種層次來進行比較。提出國姓鄉南港村在未來六級產化過程中幾種可能之方案，並且以案例歸納之方法作為輔助，探討方案的可行性。

三、深度訪談

研究主要訪談對象為南港村之在地經營者。以此深入探討，補足文獻調查、現地觀察法無法深入之資料。本研究採取半結構式訪談，訪談時並不只限於預設之訪談內容，除了關於社區現況、實行六級產業之情況、傳統產業、傳統文化的訪談，也根據受訪者的回答作出回應與延伸。最後，將訪談結果建立訪談紀錄，以利分析。

四、參與式觀察法

於農業方面，參與南港村特色產業，如以鹿茸及咖啡產業為例，水鹿養殖之近距離接觸、餵養、清潔與採收鹿茸等過程，或咖啡產業之採摘、認識咖啡豆等。第二級產業方面，參與鹿茸產品之藥材調配、鹿茸切片、泡酒、與包裝。咖啡烘豆、磨豆及包裝。第三級產業方面，參與農業市集擺攤，發展行銷模式，成為南港村合作夥伴之一。傳統文化方面，在參與鹿神祭祭儀，以此觀察傳統文化知識之現況。透過以上參與過程，直接觀察南港村，發覺六級產業化與組織經營之可行性。



第二節 研究流程與步驟

本研究之目的在於，運用今村奈良臣所提倡之六級產業化，達成南港社區傳統文化、產業與農業地景永續發展之目標。研究流程主要可分為五大階段。研究流程圖如圖 3-1 所示。

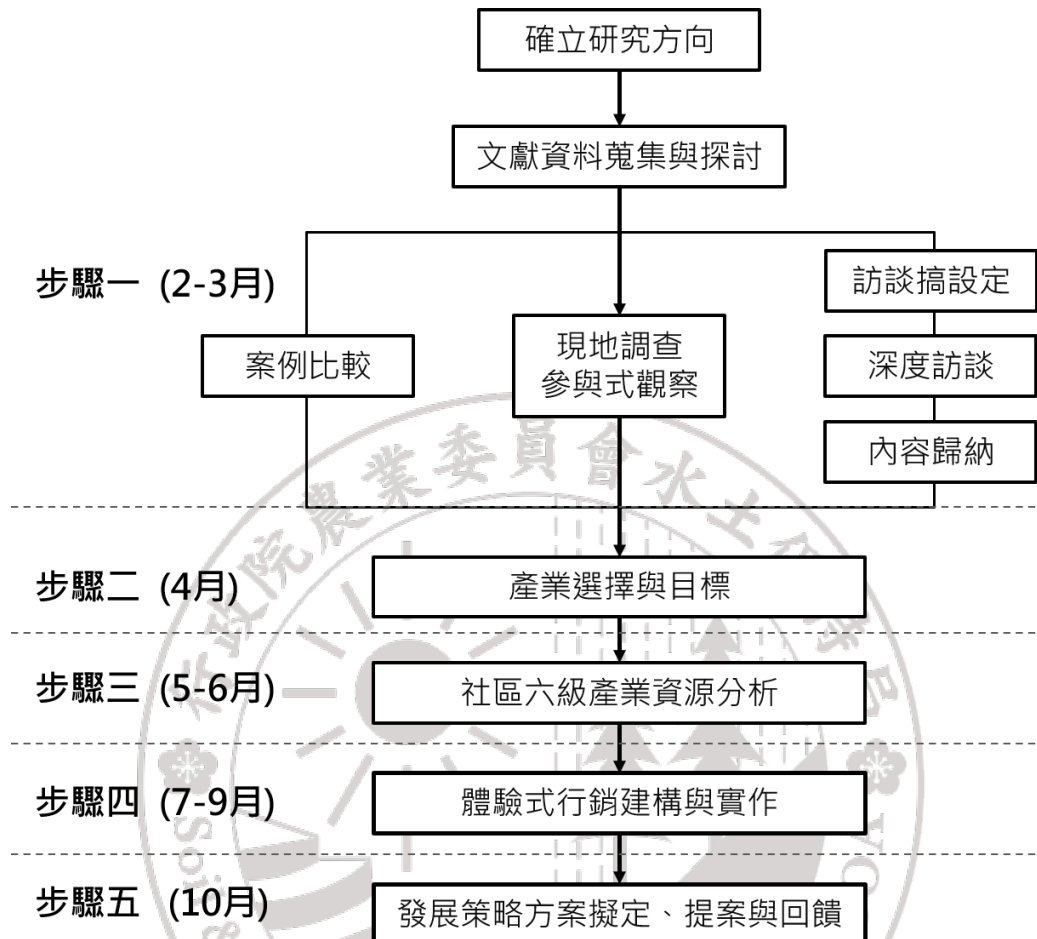


圖 3-1 研究流程圖

一、步驟一：進行現況調查、參與式觀察與深度訪談

進行南港村農業之現況調查、參與式觀察與深度訪談，並且彙整所獲得之研究資料，其中包括：實施六級產業化過程中各級產業中的經營現況、農業作物盤點、組織現況、資源現況、相關農業祭儀、農產品案例比較作組織關係、品牌現況、消費者需求等。擬定相關訪談題目以釐清研究問題。

二、步驟二：進行農村社區產業案例選擇

農再社區全台數量甚多，本研究縮小以南投縣國姓鄉南港村為主要社區，除過去長期耕耘且距離較近易於本研究團隊前往調查外，南港社區在產業、社區特色、農特產品、歷史背景擁有豐富的資源與政府單位長期治理，因此，對於計畫推動或社區發展產業行銷、遊客體驗之規劃配合意願較高，而社區內也具有防災治理工程、文化資產和生態資源，並以鹿茸、咖啡、青梅、枇杷等產業挑選，將產業劃分為一級產業、二級產業、三級產業等發展階段，進而挑選具代表性的產業或合作模式作為農村產業經營之案例。

三、步驟三：社區六級產業資源分析

統整上述收集之資料，分析南港村現況架構與六級產業案例進行比較。並提出相關結論，設定假說方向，並初步提出農村社區經營發展方向，與在地經營者討論其實行之可能性。針對當地特殊發展紋理與條件，需求思考架構，並分析、演繹、歸納，統整其發展過程中的優勢、潛力、限制，再進一步提出假說之細節，包括：課題、對策與相關實施做法之建議。內容為：南港村之資源開發、南港村之消費者需求及產業可發展方向。

四、步驟四：體驗式行銷建構與實作

依據上述步驟，剖析發展現況情形，以六級產業理論帶入產業品牌、創新力、競爭力與附加價值為目標，建構適合農村社區產業發展之體驗行銷方式，並能透過實際操作，在民眾參與的過程中，獲得實際的建議與回饋。

五、步驟五：發展策略方案擬定、提案與回饋

最後依據實作結果與回饋內容，建構南港村之發展策略，提出農村各級產業中的創意發想、實踐方法與實際可以運用之方案，並能透過六級產業之發展，達成相輔相成效果。



第三節 計畫執行期程

本計畫執行期程為自 109 年 2 月 6 日至 109 年 12 月 31 日完成，共計約 11 個月，其相關計畫工作進度時程如表 3-1 所示。

表 3-1 計畫工作進度時程表

項次	期程/月 項目	109 年度											
		2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
一	進行現況調查參與式觀察與深度訪談產業案例選擇	■	■	■	■	■							
1	現況調查參與式觀察與深度訪談	■	■	■	■								
2	產業案例選擇				■	■							
3	案例比較研析				■	■							
二	社區產業資源分析及發展策略方案擬定提案			■	■	■	■	■	■				
1	社區產業資源分析			■	■	■							
2	發展策略方案擬定提案						■	■	■				
三	產業經營實作與回饋						■	■	■	■	■	□	
1	實證問卷設計						■	■	■				
2	體驗式行銷建構與實作								■	■			
3	發展策略擬定與回饋									■	■	□	
報告撰寫	期初報告			●									
	期中報告						●						
	期末報告										●		
	成果報告											●	
進度累計百分比(%)		5	10	20	30	40	50	70	80	90	95	100	

備註：□預定進度，■實際進度。

第四章 研究成果

第一節 現況資源調查

南港村及園區具獨特的地質景觀、堰塞湖、多元生態、土石流觀測站及各項治理保育設施；且周邊亦有國內外知名景點，並兼具環境保育之重要機能，南港村資源盤點圖如圖 4-1 所示，南港村周邊自然、人文與工程資源盤點表如表 4-1 所示。

而在南港社區發展協會與居民同心協力下，不論是文化產業活動、文化資產保護、社區人才培訓、社區老人照護以及外籍配偶輔訓、環境保護等各方面均有積極作為。過去行政院農業委員會推動振興農業與農村活化相關計畫，國姓鄉南港村也於 2011 年參加水保局農村再生計畫示範社區，以南港社區為主，國姓鄉特有產業—水鹿養殖為發想，並以「鹿鼎南港美樂地」作為社區願景為出發點，希冀能激發社群力量，活化在地既有產業，結合九份二山特殊之自然景觀，帶動地方觀光人潮，改善居民經濟。

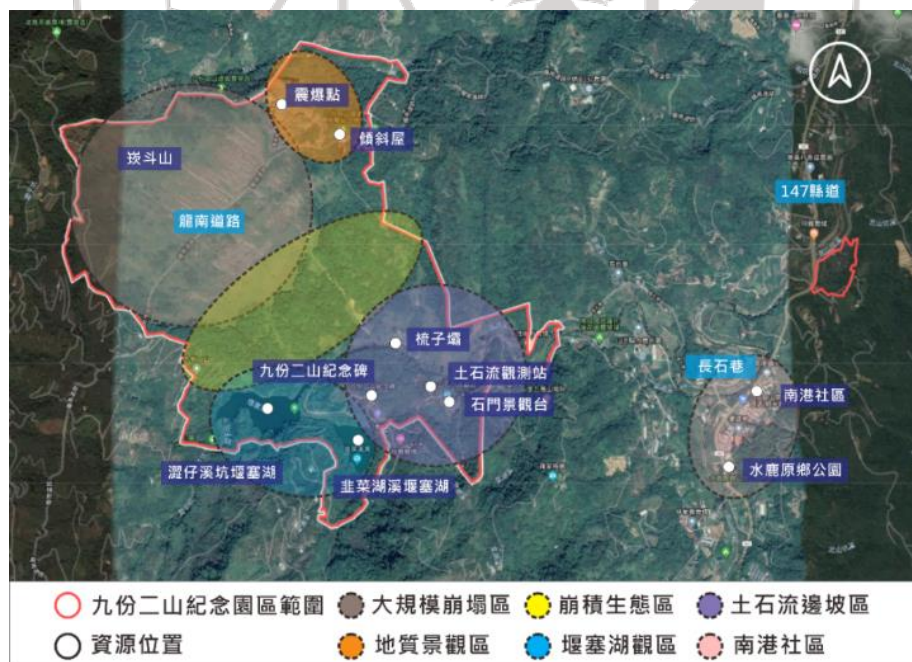


圖 4-1 南港村資源盤點圖

表 4-1 南港村周邊自然、人文與工程資源盤點表

資源項目	類別	南港村周邊景觀及資源概述
自然環境	特殊景觀	• 傾斜屋、巨石堆、震爆點、堰塞湖 • 大規模崩塌地
	動物生態	• 生態調查共記錄有鳥類 91 種、哺乳類 36 種、兩棲類 21 種、爬蟲類 40 種、昆蟲類 268 種、魚蝦蟹類 26 種、及無脊椎動物 204 種。 • 瀕臨絕種（1 種）：石虎 • 珍貴稀有（4 種）：穿山甲、食蟹獐、臺灣野山羊、臺灣水鹿 • 應保育動物（3 種）：臺灣獼猴、白鼻心 • 特有種（10 種）
	植物生態	• 植物相（745 種） • 易受害（5 種）：光葉魚藤、臺灣紅豆樹、鹿谷秋海棠、臺灣羅漢果、能高山茶。 • 接近威脅（7 種）：土肉桂、蠶繭草、大葉苦楮、臺灣鷓鴣、柳葉山茶、天料木。
人文環境	在地文化	• 新竹、苗栗、東勢的客家文化 • 水鹿養殖產業、鹿神祭
	生產作物	• 鹿茸、香蕉、青梅、生薑、竹筍、枇杷、咖啡、橄欖與柑橘..等
治理工程	水土保持	• 梳子壩工程 • 柱狀透過性潛壩工程
	植生綠化	• 岩盤裸露部分進行人工撒播植生
	道路工程	• 九份二山農路改善工程
	環境改善	• 九份二山地震紀念園區（相關設施） • 九份二山原生植物園
	土石監測	• 九份二山觀測站

資料來源：本計畫彙整

一、相關計畫

(一) 九份二山國家地震紀念地整體規劃與建設(行政院農業委員會水土保持局，91 年)

基於九份二山崩塌地之地質、災變型態與生態環境之特殊性，行政院九二一震災災後重建推動委員會將其公告為第二類（伴隨地震產生之自然現象）國家地震紀念地。在整體規劃與建設方面，九份二山國家地震紀念園區總面積約 260 公頃，位於「省道台 14 線觀光線」之中點，「九二一地震紀念地帶」之核心，藉由九份二山國家地震紀念地之發展，可望帶動北山村、南港村暨其周邊產業型態轉型，並以串聯地質與位置屬性相近的特殊地景之「九九峰」為發展主軸之震災體驗遊程，將雙九計畫、埔里、仁愛與日月潭形成一完整且緊密之旅遊網路。

另九份二山生態教育、服務區規劃及景觀公共設施工程生態教育中心基地座落南投縣國姓鄉投 147 縣道上之南港二號橋旁，面積約 2 公頃，未來將設置停車場及生態工法景觀設施，作為遊客參訪地震紀念地前的轉運站，讓遊客在參觀紀念地前能有初步的了解。

(二) 近十年相關工程計畫

本計畫蒐集近十年南港村相關工程計畫，其相關內容如下表 4-2 所示。

表 4-2 99 年-108 年南港村周邊工程列表

年度	計畫名稱	工程名稱
99	振興經濟擴大公共建設	九份二山園區第一期農路改善工程
99	推動農村再生計畫	九份二山傾斜屋及石門觀景點週邊設施維護工程

年度	計畫名稱	工程名稱
100	莫拉克颱風災後重建	九份二山園區降雨警戒之道路管制設施
100	農村再生建設及發展計畫	九份二山路面排水改善工程
101	莫拉克颱風災後重建	101 年藤枝林道 3.5K 及九份二山崩塌地監測計畫
102	農村再生社區發展及環境改善計畫	九份二山地震園區修繕工程
102	整體性治山防災計畫	102 年藤枝林道 3.5K 及九份二山崩塌地監測與潛在崩塌地簡易監測研析計畫
102	整體性治山防災計畫	九份二山柱狀壩補強工程
103	農村再生社區發展及環境改善計畫	九份二山地震園區公共設施改善工程
103	整體性治山防災計畫	103 年藤枝林道 3.5k 及九份二山崩塌地監測與後續因應措施研究計畫
104	重劃區外緊急農路設施改善計畫	九份二山 7 號農路改善工程
104	農村再生社區發展及環境改善計畫	九份二山休憩設施改善工程
104	整體性治山防災計畫	104 年度萬山、寶山、來義、藤枝林道 3.5K 及九份二山等崩塌地區監測系統維護與擴充計畫
104	整體性治山防災計畫	104 年藤枝林道 3.5K 及九份二山崩塌地監測計畫
104	整體性治山防災計畫	九份二山國家地震紀念地界木暨界樁規劃栽植及檢測補樁埋設計畫
107	氣候變遷下大規模崩塌防減災計畫	九份二山生物多樣性調查及長期監測模式之建立(3/3)
107	農村再生社區發展及環境改善計畫	九份二山既有設施修繕工程
108	重劃區外緊急農路設施改善計畫	九份二山農路改善工程
108	氣候變遷下大規模崩塌防減災計畫	九份二山國家地震紀念地土地使用空間再定位與活化策略規劃
108	氣候變遷下大規模崩塌防減災計畫	九份二山生物多樣性長期調查及監測計畫
108	農村發展及活化	國姓鄉九份二山休憩設施改善工程

資料來源：水保局南投分局，本計畫彙整。

(三) 108 年水沙連地區生態綠環境區域亮點計畫

以生態和友善環境作為規劃思維，網羅台 14 線、台 21 線、日月潭國家風景區以及國道六號交通方便的要素，整合國姓鄉、埔里鎮、仁愛鄉和魚池鄉內具發展潛力之社區、休閒農業區以及在地組織團體。其中與本計畫相關者為九份二山紀念地暨水鹿體驗行銷推廣計畫，其相關內容如下表 4-3 所示。

表 4-3 九份二山紀念地暨水鹿體驗行銷推廣計畫

重要工作項目	單位	數量	經費需求(仟元)	實施地點	備註
1. 導覽員培訓課程	式	1	200	南港社區	
2. 辦理九份二山暨水鹿體驗活動	梯	3			
合計			200		
預期效益(量化及不可量化)					
1. 本次計畫預計執行 3 場次、消費者體驗預計達 200 人次，透過九二一地震園區的深度體驗課程，與社區 DIY 的體驗行程，讓遊客了解地震園區環境教育的場域，大自然的偉大力量。並且了解在地的友善農牧、友善農法及對環境食安的重要性。了解在地特色，客家與水鹿養殖文化產業的親身體驗遊程。 2. 消費者前來農村體驗及 DIY 行程，可帶動農村在地特色農產品的銷售成績，提供在地農民直售的地產地銷方式，帶動農村經濟發展，提高農民收益。					

資料來源：108 年水沙連地區生態綠環境區域亮點計畫

(四) 南投縣國姓鄉南港社區農村再生計畫

2011 年參加水保局農村再生計畫示範社區，以南港社區為主，以「鹿鼎南港美樂地」作為社區願景為出發點，激發社群力量，活化在地既有產業，結合九份二山特殊之自然景觀，帶動地方觀光人潮，改善居民經濟。目前社區內有南港社區發展協會、養鹿協會、國姓鄉養鹿產銷班、南港社區媽媽教室、南港社區守望相助隊、南港社區環保義工隊以及各宮廟管理委員會。社區內組織發展完善，團體間溝通協調及互動密切。

依據居民需求規劃出分期分項施作項目，如土地利用與產業發展、水土保持及防災設施、交通運輸、社區排水、自然生態及社區環境景觀以及休閒觀光遊憩等部分；軟體方面則以鹿鼎南港美樂地、南港社區福利化、南港社區發展工作以及南港社區創新與自發活動等四大構面為未來發展主軸。

依據南港社區 100 年至 107 年度執行計畫，總計 60,000,000 元，共 24 件執行計畫，其中有關產業活化經費總計 8,900,000 元，共 5 件計畫，詳如表 4-4 及表 4-5。

表 4-4 南港社區農村再生年度執行計畫總覽表

年度	環境改善		生態保育		產業活化		文化保存		總合計	
	件數	核定經費(仟元)	件數	核定經費(仟元)	件數	核定經費(仟元)	件數	核定經費(仟元)	件數	核定經費(仟元)
100 年	3	6700	-	-	-	-	-	-	3	6700
101 年	4	12000	-	-	-	-	-	-	4	12000
102 年	3	18800	-	-	1	100	-	-	4	18900
103 年	5	12500	-	-	1	200	-	-	6	12700
104 年	1	500	-	-	1	190	-	-	2	690
105 年	2	9100	-	-	2	400	-	-	4	9500
107 年	1	400	-	-	-	-	-	-	1	400
總計	19	60000	0	-	5	890	0	-	24	60890

資料來源：農村再生歷程整合發展平台，本計畫彙整。

表 4-5 南港社區農村再生年度執行計畫-產業活化類

年度	計畫名稱	核定經費 (仟元)	案件狀態
102 年	2013 南港社區農業產銷班課程計畫	100	已核定
103 年	鹿鼎南港美樂地-加冠晉祿-迎福氣	200	已核定
104 年	南港社區水鹿產業行銷課程	190	已核定
105 年	2016 南港社區水鹿產業行銷課程	200	已核定
	2016 南港社區鹿鼎南港美樂地	200	已核定

資料來源：農村再生歷程整合發展平台，本計畫彙整。

(五) 國姓鄉鹿神祭暨枇杷評鑑產業文化活動

客家委員會與南投縣政府每年透過國姓鄉公所與南投縣養鹿協會舉辦，透過國姓客庄及南港村的鹿茸、枇杷、咖啡等優質產業，以及可觀的觀光資源；如九份二山能讓遊客體驗大自然的力量，九二一地震造就震災紀念公園內的傾斜屋、震爆點、堰塞湖等好風光；國道橋聳雲天更是網路票選快速道路八景之首；並結合產業帶動國姓鄉觀光休閒輕旅遊，提升二者附加價值，促進農村社區自我成長，期達永續發展與經營。

透過產業文化活動出售咖啡、農特產、周邊商品等，依據 2019 國姓鄉鹿神祭暨枇杷評鑑展售產業文化活動計畫書，因動辦理吸引新消費採買預估產值約 4,500,000 元。



圖 4-2 2019 年國姓鄉鹿神祭暨枇杷評鑑產業文化活動

資料來源：南投縣國姓鄉公所網站

(六) 國姓咖啡節

南投縣國姓鄉是國內最大咖啡產地，品質更是冠全台，為行銷當地精品咖啡，公所每年辦理咖啡節，全鄉栽種咖啡面積近 200 公頃，是國內唯一有認證機制的咖啡產地，必須在地種植且經 373 項無農藥殘毒檢測、杯測分數在 70 分以上才能獲產地認證的精品咖啡，因此在產量和品質上冠全台，去年更進軍總統府成國宴咖啡。

而為行銷國姓精品咖啡，當地公所連 6 年辦理「南投國姓咖啡節」活動，讓民眾更了解國姓鄉的客家文化及美食，市集活動不僅展示國姓在地特色農特產、國姓美食以外，更有咖啡評鑑以及免費品嚐精品咖啡等推廣活動。



圖 4-3 南投國姓咖啡節 X 潑水 FUN 暑假

資料來源：南投縣國姓鄉公所網站

(七) 南港社區近年計畫彙整

表 4-6 南港社區近年推動計畫表

類型	年度	計畫名稱
南投縣政府	108	南投縣政府協助災民收容、安置及物資管理救災志工隊服務訓練課程實施計畫
	108	績優社區觀摩活動計畫
	108	南投有 Go 旺縣長年終記者會攤位補助
	109	南投燈會「溫厚山城燈區」－社區花燈製作及展示計畫
國姓鄉公所	108	老人集中用餐加值計畫
	108	國姓鄉鹿神祭暨枇杷評鑑產業文化活動
	108	國姓咖啡節
農村再生	100	南投縣國姓鄉南港社區農村再生計畫
	108	水沙連地區生態綠環境區域亮點計畫
	108	九份二山紀念地暨水鹿體驗行銷推廣計畫
	108	建立社區照顧關懷據點並設置 C 級巷弄長照站

資料來源：南港社區發展協會，本計畫彙整。

二、自然生態

(一) 自然環境

1. 地理位置

九份二山崩塌地位於南投縣國姓鄉南港村澀仔坑一帶，崩塌地頭部鄰南投縣中寮鄉的粗坑地區。可由國道六號下國姓交流道沿省道台 14 縣（中潭公路）東行至北山坑，沿 147 號縣道南行約 2 公里至三民橋南岸，接龍南產業道路向西行約 2.5 公里，即可進入崩塌地頭部；或沿 147 號縣道南行 3 公里至南港，轉接南港七號農路西行 2 公里，可進入九份二山國家紀念地。

2. 區域地質

九份二山崩塌地位於臺灣西部麓山帶地質區內，屬於大岸山向斜之西翼，該向斜軸線成南北向延伸，軸部由桂竹林層所構成，其下與樟湖坑頁岩以不整合相接觸，再下依序為石門層、炭寮地頁岩等中新世地層。

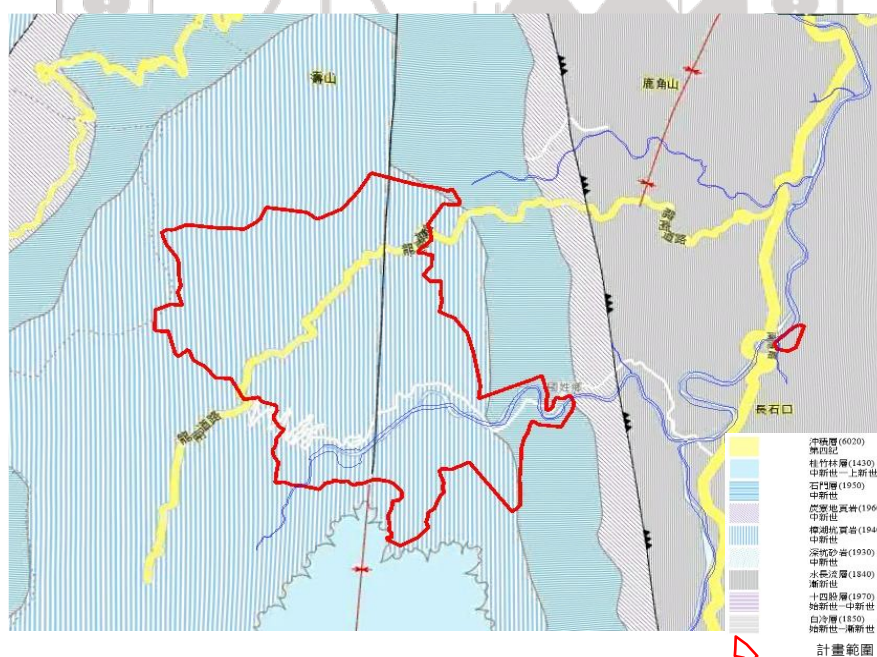


圖 4-4 九份二山地質分布圖

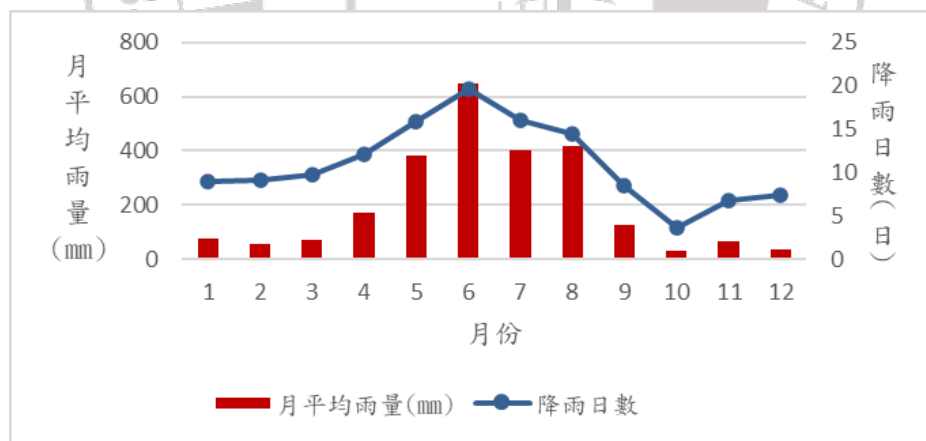
3.集水區水系¹

九份二山崩塌地位於烏溪流域南港溪次集水區內的韭菜湖溪子集水區，集水區面積約為 1,018 公頃，韭菜湖溪發源自九份二山（標高 1,174 公尺），溪流總長 16,984 公尺，並有支流澗仔坑溪於目前堰塞湖位置相會合。

4.區域氣候特性

參考九份二山崩塌地位處的南投縣國姓鄉南港村九份二山的氣象資料（2010~2018 年），其年平均溫度約 19.3 度 C，最冷的一月平均氣溫為 14.1 度 C，最暖的七月份平均氣溫則為 23.0 度 C；年平均相對溼度為 82.4%。

根據中央氣象局九份二山雨量站資料（2010~2018 年），年降雨量 1,065~3,529mm 之間，年平均降雨量 2,907mm；全年降雨多集中於每年 5、6 月的梅雨期及 7、8 月的颱風季節，占全年總降雨量 75%；年平均降雨日數為 132 日，以 5~8 月平均降雨日數較高，佔全年降雨日數的 50%。



資料來源：九份二山雨量觀測站(2010-2018)，取自 <https://e-service.cwb.gov.tw/HistoryDataQuery/index.jsp>。

圖 4-5 九份二山月平均雨量與降雨日數統計圖

¹ 九份二山的歷史痕跡與自然演變，取自：行政院農業委員會水土保持局(2016/07)

(二) 生態環境²

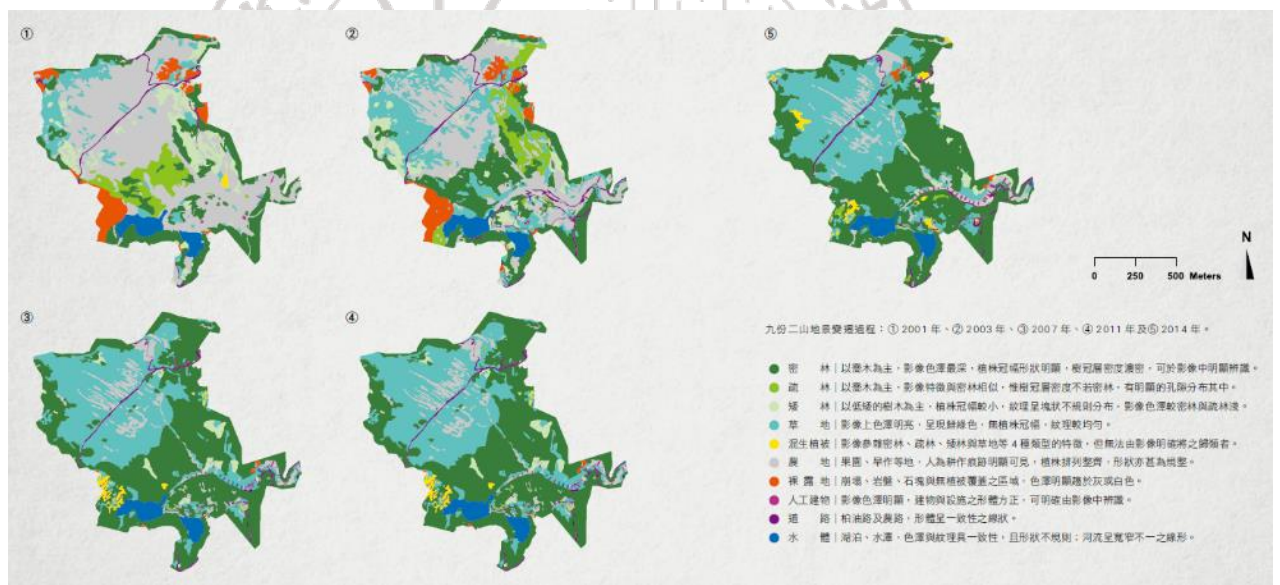
摘錄自 2019 年行政院農業委員會特有生物研究保育中心於自然保育季刊「走過 921 地震--九份二山浴火重生」，九份二山由航空正射影像上判釋出各種地景特徵，大體上可區分為密林、疏林、矮林、草地、混生植被、農地、裸露地、人工建物、道路及水體等 10 種類型。921 地震過後初期(2001 年)，地景格局以大面積的裸露地為優勢，顯見 921 地震對本區的影響甚鉅，然這種裸露狀態並沒有長久維持，附近先驅植物(pioneer plants)的散殖體(disseminules)很快到達侵入，開始發育且建立族群，自 2003 年起，已可發現地景格局的排列出現明顯改變，位於北半面的大崩塌地，開始逐漸被綠色植被覆蓋，而水土保持局也曾於該區人工撒播約 75ha 的草籽，進行邊坡復育工作，且在韭菜湖溪的兩側及石門觀景區周邊辦理植生與環境綠美化作業，使得裸露地可迅速被大量的草地與密林所取代。

地震過後的 8 年(2007 年)，除了草地持續取代裸露地外，也出現了自然演替的現象，最明顯的地方位處東側，此處呈現疏林景觀，因樹木的生長量增加，充實了樹冠層密度，進而轉移為以喬木為主的密林。演變至 2011 年，地景變遷的幅度逐漸趨緩，尤其至 2014 年後，該期間地景的變化已微乎其微，顯示在地景尺度上，生態系似乎進入穩定的狀態，由此可見 921 地震過後，九份二山的植被在自然演替及人工復育的輔助下，植生恢復具有相當的成效，即便過程中陸續遭受桃芝、敏督利、艾利、海棠、馬莎、聖帕、辛樂克、莫拉克及蘇力等颱風及所挾帶的強降雨侵襲，但

² 行政院農業委員會特有生物研究保育中心（2018/03/16），九份二山生物多樣性調查及監測之成果

所幸水土保持局的治理成效良好，僅造成部分土石下移，以及小面積的樹冠層孔隙，無任何重大災害發生。

值得關注的是，由地景變遷發現，大崩塌地 2001 年 2014 年周圍有零星的草地轉移為密林，猜測此乃因地震後大崩塌地周邊仍殘留許多倖存的植物，以及土壤種子庫，可立即補充大量的繁殖體(propagules)或散殖體，加速演替的進程並形成鬱閉的次生林社會。這些物種的組成以成長快速、有耐旱、喜熱、好光等特性，且散布能力及對生育地適應性皆優越的樹種為主，如山黃麻(*Trema orientalis*)、野桐(*Mallotus japonicus*)、白匏子(*M. paniculatus*)、羅氏鹽膚木(*Rhus javanica* var. *roxburghiana*)、相思樹(*Acacia confusa*)等，可在一、二十年生長成林，為野生動物創造新的棲息環境。



資料來源：走過 921 地震--九份二山浴火重生(2019)

圖 4-6 九份二山地景變遷過程圖

依據行政院農業委員會水土保持局南投分局於 107 年 3 月，委託行政院農業委員會特有生物研究保育中心於九份二山國家地震紀念地進行生態調查工作，該次調查成果，共記錄 13,021 筆，

至「臺灣生物多樣性網絡」(Taiwan Biodiversity Network) 資料庫，植物相 745 種，另於動物生態調查共記錄有鳥類 91 種、哺乳類 36 種、兩棲類 21 種、爬蟲類 40 種、昆蟲類 268 種、魚蝦蟹類 26 種、及無脊椎動物 204 種，依據九份二山生物多樣性調查及監測之成果摘要內容如下：

1. 原生植物

九份二山的地景發展至今，變化趨緩，生態系已經相對穩定。由於當地許多山坡地屬於人為墾殖的區域，所以目前大多數的林相仍由演替初期的物種所組成，大致可依棲地、物種組成與林型區分為天然次生林、崩塌裸露地及草生地、人工林，以及占最大宗的農業作物區。依據行政院農業委員會特有生物研究保育中心於九份二山國家地震紀念地進行生態調查工作，有關植物部分該次調查成果如下表：

表 4-7 九份二山植物多樣性調查表

植物	物種分類	物種數	物種種類
植物相 (745 種)	易受害	5 種	光葉魚藤、臺灣紅豆樹、鹿谷秋海棠、臺灣羅漢果、能高山茶。
	接近威脅	7 種	土肉桂、蠶繭草、大葉苦槠、臺灣鷓鴣蔓、柳葉山茶、天料木。

(1) 天然次生林

九份二山的次生林，主要由山黃麻、野桐、白匏子等優勢種所組成。在演替的初期因林木尚未發育完全，開闊的林相使得陽光充足，有利於陽性樹種的生長，地震崩塌剛好造就這樣的環境，讓山黃麻等陽性植物得以成為演替初期的優勢物種，而待林相發展愈成熟，森林的鬱閉度愈高以後，漸漸會演替成由香楠與鵝掌柴為優勢種組成的林型。鬱閉的森林使得耐陰植物取得較佳的生長機會，隨著時間慢慢取代陽性植物的優勢地位，進而改變整體

森林的組成。這兩類植群組成的林型，廣泛分布在九份二山園區內，形成目前看到的森林樣貌。



圖 4-7 次生林植物

(2) 崩塌裸露地與草生地

地震過後，有些區域因為土質、土壤與地形、地貌的關係，並不利於木本植物的生長。例如龍南道路崩塌區上坡的裸露地，以及下坡堆積處形成的草生地，這兩處目前的植物組成還是以紫花藿香薷、大花咸豐草、山葛及五節芒等草本植物為主。



圖 4-8 崩塌裸露地與草生地植物

(3) 經濟作物

早期九份二山地區的樟樹資源相當豐富，因此該地區的產業以開發樟腦事業為主。經過產業轉型期，當地居民除了發展養鹿

事業以外，也開始種植檳榔、枇杷、青梅、竹林及咖啡等作物，並發展相關觀光產業。



圖 4-9 經濟作物

2. 特色動物

依據行政院農業委員會特有生物研究保育中心於九份二山國家地震紀念地進行生態調查工作，有關動物部分該次調查成果如下表：

表 4-8 九份二山生物多樣性調查表

動物	物種分類	物種數	物種種類
兩棲類動物 (21 種)	特有種	6 種	盤古蟾蜍、斯文豪氏赤蛙、梭德氏赤蛙、褐樹蛙等。
爬蟲類動物 (40 種)	其他應予保育之野生動物	4 種	斯文豪氏頸槽蛇、雨傘節、眼鏡蛇、龜殼花。
	特有種	6 種	臺灣草蜥、臺灣滑蜥、斯文豪氏攀蜥、臺灣鈍頭蛇等。
哺乳類動物 (36 種)	瀕臨絕種野生動物	1 種	石虎。
	珍貴稀有野生動物	4 種	穿山甲、食蟹獐、臺灣野山羊、臺灣水鹿。
	其他應予保育之野生動物	3 種	臺灣獼猴、白鼻心。
	特有種	10 種	臺灣灰麝鼯、臺灣大蹄鼻蝠、黃頸蝠、刺鼠等。

動物	物種分類	物種數	物種種類
昆蟲類動物 (268 種)	特有種	42 種	臺灣鳳蝶、琉璃紋鳳蝶、埔里三線蝶、白條斑蔭蝶、黑翅螢、紅胸黑翅螢、小暮蟬、阿里山鬥蟋、紅腹青銅金龜、華巍櫛角菊虎等。
無脊椎動物 (204 種)	特有種	27 種	六胸遠盲蚓、東埔遠盲蚓、臺灣大山蝸牛、臺灣擬煙管蝸牛、員林盾蝸牛等。
	外來種	4 種	薩爾塔細帶蚓、西土寒 虫 憲 蚓、福壽螺。
魚蝦蟹類動物 (26 種)	其他應予保育之野生動物	1 種	埔里中華爬岩鰍。
	特有種	13 種	何氏棘鮪、高身小鰮魷、短臀瘋鰭、極樂吻鰕虎、臺灣米蝦、假鋸齒米蝦、拉氏明溪蟹等。
鳥類動物 (91 種)	瀕臨絕種野生動物	1 種	林鵑。
	珍貴稀有野生動物	9 種	大冠鷲、鳳頭蒼鷹、黃嘴角鴉、八色鳥、朱鷲等。
	其他應予保育之野生動物	6 種	臺灣山鷓鴣、紅尾伯勞、青背山雀、白尾鷓鴣、鉛色水鶇等。
	特有種	10 種	臺灣山鷓鴣、臺灣竹雞、五色鳥、大彎嘴、小彎嘴等。
	外來種	3 種	黑喉噪眉、臺灣畫眉與大陸畫眉之複合種及白腰鵲鴝。

(1) 兩棲類動物

關於九份二山兩棲類動物相地描述，最早的紀錄可見於行政院農業委員會特有生物研究中心（以下簡稱特生中心），於 1994 年的南投縣野生動物資源調查報告，當時在九份二山所屬的國姓鄉附近，曾調查到 12 種兩棲類動物。

截至 2018 年 12 月，調查共發現 1 目 5 科 21 種的兩棲動物，依「野生動物保育法」所公告之保育類野生動物有一種為臺北樹蛙；依特生中心與行政院農業委員會林務局出版「2017 臺灣兩棲

類紅皮書名錄」中列為易危(VU)等級的物種有 2 種，分別為史丹吉氏小雨蛙與台北樹蛙。



圖 4-10 兩棲類動物

(2) 爬蟲類動物

關於九份二山兩棲類動物描述，最早的紀錄可見於特生中心於 1994 年的南投縣野生動物資源調查報告，當時在九份二山所屬的國姓鄉附近，曾調查到 13 種爬蟲類動物。

截至 2018 年 12 月，調查共發現 2 目 12 科 41 種，其中臺灣原生種為 40 種，約占臺灣產陸域物種數的 43%；其中特有種與特有亞種各有 6 種，約為臺灣特有爬蟲類動物的 40%。九份二山地區的幅員不大，且周邊農業活動頻繁，有如此多樣的爬蟲類資源，顯示震災所造成的破壞已逐漸恢復，並達低海拔生態系應有的樣貌。



圖 4-11 爬蟲類動物

(3) 哺乳類動物

九份二山地區的 37 種野生哺乳類動物中，有 10 種是臺灣特有種、15 種是臺灣特有亞種，分別占全國哺乳類動物特有種與特有亞種的 45%與 50%。合計九份二山地區的臺灣特有哺乳類（包括特有種與特有亞種）25 種，占當地哺乳類的 68%，比全國的陸域哺乳類特有性 61 稍高一些。另外，依據野生動物保育法公告的保育類野生動物名錄，當地的 37 種野生哺乳類動物中，有 1 種名列瀕臨絕種保育類（石虎），占全國同等級的 20%；有一種名列於珍貴稀有保育類（穿山甲），占全國同等級的 25%；有 3 種名列於其他應予保育類（臺灣水鹿、臺灣野山羊及食蟹獾），占全國同等級的 60%。

合計當地 5 種保育類動物，占九份二山地區所有哺乳類動物物種的 14%，與全國保育類占比 16%相差不多。所以從特有性與保育等級的物種數比例來看，九份二山地區都與全國的總平均值相當，顯示當地野生哺乳動物的多樣性相當珍貴。



圖 4-12 哺乳類動物

(4) 昆蟲類動物

經 921 大地震後，隨著時間的流逝，九份二山的植生群落持續生長演替，野生動物族群的組成及生態必定隨之改變，茲將九份二山地區劃分為四個陸域生態系，分別為崩塌區、農墾區、堰塞湖區以及溢洪區。

九份二山地區的 268 種昆蟲類動物中，有 42 種是臺灣特種，包括臺灣鳳蝶、琉璃紋鳳蝶、埔里三線蝶、白條斑蔭蝶、黑翅螢、紅胸黑翅螢、小暮蟬、阿里山鬥蟋、紅腹青銅金龜、華巍櫛角菊虎等。



圖 4-13 昆蟲類動物

(5) 無脊椎動物

九份二山地區的 204 種無脊椎動物中，有 27 種是臺灣特種、4 種是外來種。此外，九份二山擁有豐富的蝸牛資源，目前共記錄到 16 科 25 屬 31 種，包括 14 種特種，佔將近一半的比例。雖然在九份二山各地大部分看到的是非洲大蝸牛、馬丁氏鼈甲蛞蝓、扁蝸牛等廣泛分佈物種，不過依據次生林、崩塌地、農墾區等不同環境，有機會看到較為特別的蝸牛。



圖 4-14 無脊椎動物

(6) 魚蝦蟹類動物

在九份二山地區，原本單純的上游溪流生態因為地震崩塌事件，以及後續水土保持工程整治，創造出和之前不同的多元環境，也使得最初的淡水生物組成因此受到影響與改變。這樣的改變透過文獻資料與現地調查發現到物種的差異性分析來獲得，也成為本區域的溪流魚蝦蟹類特色。

彙整相關文獻紀錄總計有魚類 14 科 32 種、蝦蟹 3 科 5 種。共紀錄 4 目 9 科 26 種魚類，其中包含 9 種臺灣特有魚種，與 1 目 3 科 7 種蝦蟹類，包含 4 種臺灣特有蝦蟹種。

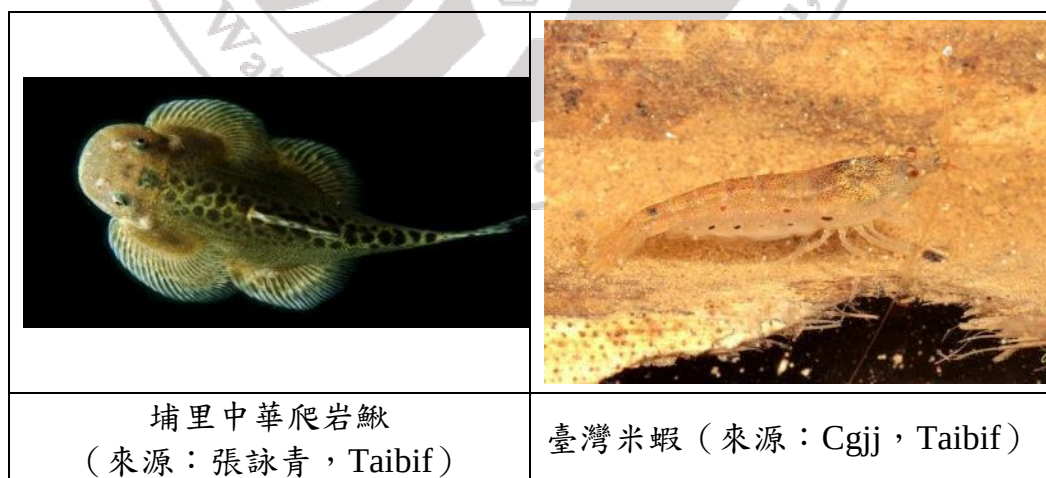


圖 4-15 魚蝦蟹類動物

(7) 鳥類動物

依據中華民國野鳥學會公布之臺灣鳥類名錄（2017 年版），臺灣鳥類共 653 種，而在九份二山共調查到 98 種鳥類。其中包含 11 種特有鳥類，占臺灣特有鳥種（27 種）的 41%。特有亞種鳥類 30 種，占臺灣特有亞種鳥類（56 種）的 54%。保育類 20 種，占臺灣保育類鳥種（115 種）的 17%。

九份二山的鳥種組成以棲息於低海拔的森林性鳥類為主，其中記錄到臺灣畫眉、小鶯等在五節芒這一類高莖和生草地生活的鳥種。由此推測 921 地震造成樣區內的部分山區崩塌，而這些崩塌地經過十幾年的演替，產生了高莖和生草本等演替階段初期的植被。此外，因 921 地震而形成的二座堰塞湖，也提供了水鳥棲息的環境，在一年四季的調查中，均有鸛鷗、花嘴鴨等在大型水體活動的鳥種紀錄，於冬季的調查也有紀錄到白冠雞。



圖 4-16 鳥類動物

三、人口發展

(一) 人口總量與成長

國姓鄉 106 年底人口總數為 19,098 人，南港村 106 年底人口總數為 1,879 人；近十年鄰近鄉鎮人口成長率皆呈現負成長，其中南港村平均人口成長率為-1.7%，負成長率高於國姓鄉，詳細數據詳表 4-9、圖 4-17。

表 4-9 歷年鄰近鄉鎮及南港村人口統計表

年度	國姓鄉		南港村	
	人口數(人)	成長率(%)	人口數(人)	成長率(%)
96	21,497	-1.4%	2,240	-2.0%
97	21,195	-1.1%	2,195	-1.8%
98	20,964	-1.4%	2,155	-1.1%
99	20,668	-1.5%	2,131	-1.4%
100	20,351	-0.9%	2,101	0.0%
101	20,165	-1.2%	2,101	-5.0%
102	19,919	-1.0%	1,997	-1.7%
103	19,715	-1.8%	1,964	-1.2%
104	19,360	-1.4%	1,940	-1.3%
105	19,098	-1.5%	1,915	-1.9%
106	18,803	—	1,879	—
平均成長率(%)	—	-1.3%	—	-1.7%

資料來源：南投縣統計年報，96~106 年；南投縣人口統計資訊網。

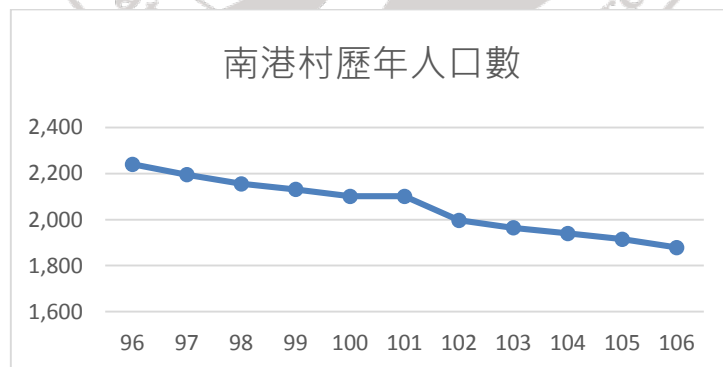


圖 4-17 民國 96 年至 106 年南港村歷年人口趨勢圖

資料來源：南投縣統計年報，96~106 年；南投縣人口統計資訊網。

(二) 人口結構

南港村近 4 年 0~14 歲幼年人口由 105 年 12 月 147 人降至 96 人，呈現逐年減少之趨勢，扶幼比由 105 年之 10.85% 降至 7.81%；65 歲以上之老年人口占總人口 38.12% 提升至 42.29% 扶老比由 30.48% 提升至 33.60%，詳圖 4-18、圖 4-19。

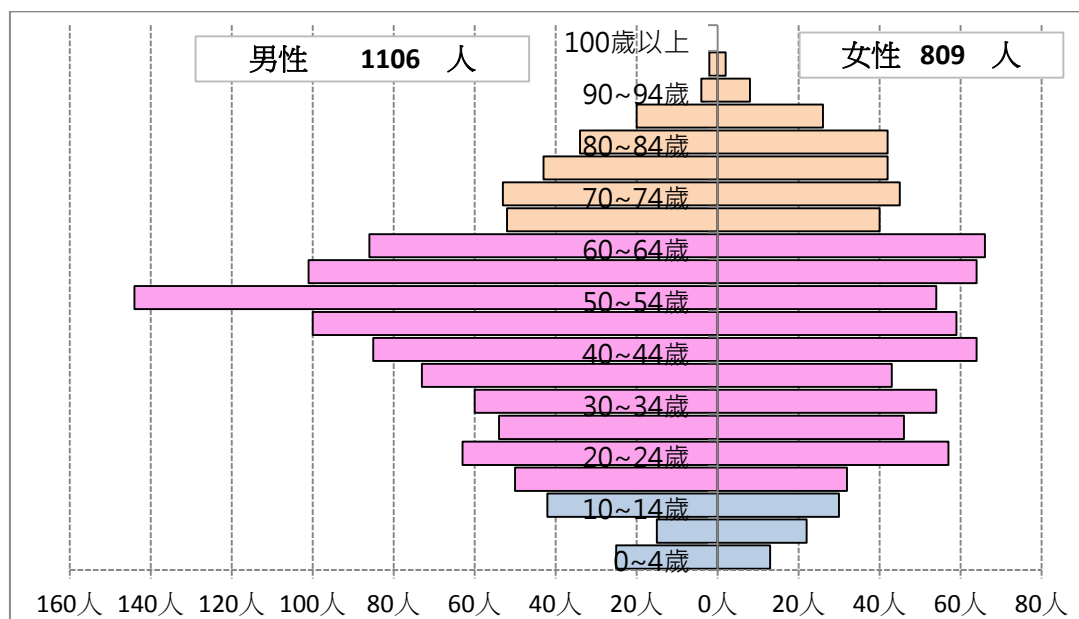


圖 4-18 105 年 12 月南港村性別年齡人口結構圖

資料來源：南投縣人口統計資訊網

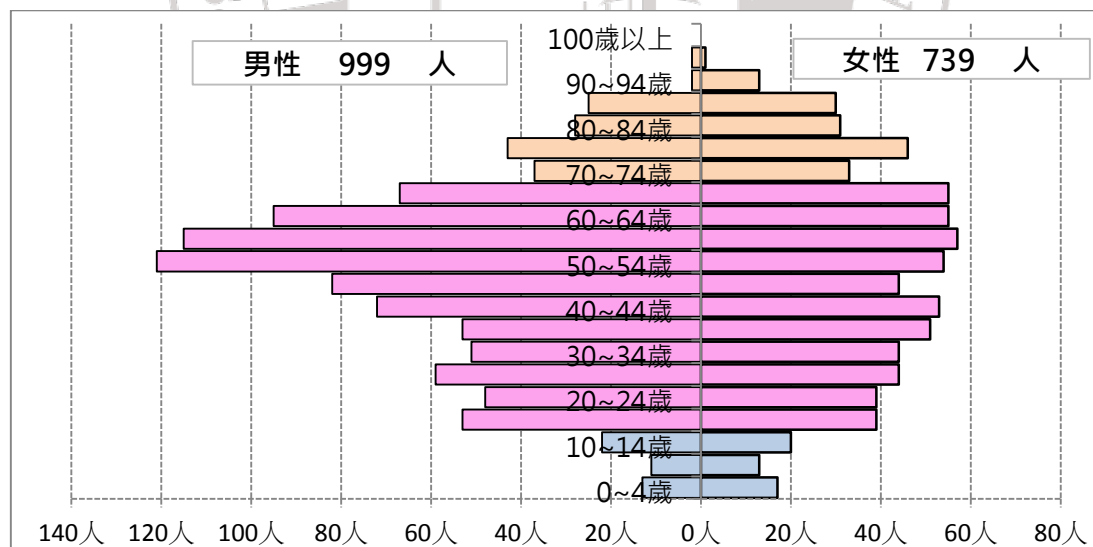


圖 4-19 109 年 4 月南港村性別年齡人口結構圖

資料來源：南投縣人口統計資訊網

四、產業活動

依據 106 年南投縣統計年報農業摘要，南投縣山多平原少，加以氣候溫和，農產豐富且種類繁多，許多特產名聞遐邇，香蕉、柑桔、茭白筍、竹筍、梅、李等產量均占全省重要地位。近年來由於市場之導向，消費者多樣性及高品質的需求，使傳統的作物如稻米、甘藷、原料甘蔗式微，代之而起的新興作物如茶葉、檳榔，已遍布全縣。106 年主要農作物收穫面積：稻米 4,732.07 公頃，茶 6,059 公頃，山藥 222 公頃，竹筍 2,266 公頃，茭白筍 1,614 公頃，四季豆 504 公頃，香蕉 3,097 公頃，鳳梨 1,273 公頃，柑橘類 1,028 公頃，龍眼 1,333 公頃，梅 1,160 公頃，荔枝 1,409 公頃，檳榔 13,299 公頃，葡萄 451 公頃。

國姓鄉主要生產作物為竹筍、香蕉、柑橘類及檳榔，而其中南港村特色產業，則以鹿茸、咖啡、薑黃、梅子、枇杷等農產品為主，其中鹿茸產量為全國第一，枇杷僅次於台中市太平區，相關說明如下。

(一) 主要作物生產量

依據 106 年南投縣統計年報，農產品收穫面積及生產量對農作物之分類，農產品主要可以分為蔬菜、特用作物(包括食用玉米、茶葉、山藥、咖啡、蘿蔔、茭白筍、竹筍、甘藍、薑、四季豆、絲瓜、香菇)及果品(香蕉、鳳梨、柑橘類、龍眼、梅、荔枝、葡萄、生食甘蔗、檳榔)等作物。

表 4- 10 106 年各鄉鎮主要作物收穫面積及生產量表

項目	南投縣		國姓鄉	
	收穫面積(公頃)	產量(公噸)	收穫面積(公頃)	產量(公噸)
食用玉米	236	1,615	19	127
茶葉	6,059	8,612	22	18
山藥	222	8,588	0	2
咖啡	147	134	77	77
蘿蔔	60	1,018	1	13
筴白筍	1,614	41,367	5	116
竹筍	2,266	17,187	133	1,066
甘藍	876	44,651	1	37
薑	229	5,879	28	753
四季豆	504	5,610	19	154
絲瓜	531	9,023	30	360
香菇	-	2,320	-	54

資料來源：106 年南投縣統計年報

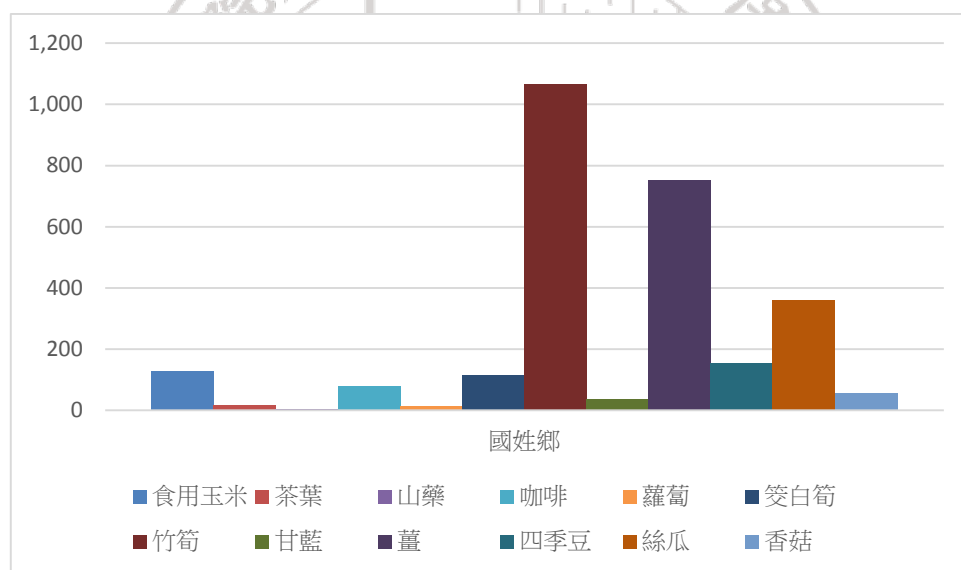


圖 4- 20 106 年國姓鄉蔬菜及特用作物產量長條圖

資料來源：106 年南投縣統計年報

表 4- 11 106 年各鄉鎮主要作物收穫面積及生產量表

項目	南投縣		國姓鄉	
	收穫面積(公頃)	產量(公噸)	收穫面積(公頃)	產量(公噸)
生食甘蔗	78	7,481	0	16
香蕉	3,097	56,335	333	5,861
鳳梨	1,273	81,908	1	36
柑橘類	1,028	21,077	101	1,318
龍眼	1,333	9,427	12	42
梅	1,160	6,222	71	227
荔枝	1,409	7,880	9	49
葡萄	451	11,953	1	19
檳榔	13,299	31,051	3,031	4,729
枇杷	4,486	571,155	4,368	511,446

資料來源：106 年南投縣統計年報



(二) 工商服務業

依據 105 年工商及服務業普查，國姓鄉場所單位數共 621 家，其中批發及零售業與住宿及餐飲業佔最大比例，行業別場所單位家數分別為 260 家與 118 家。

表 4-12 105 年國姓鄉各行業別場所單位家數一覽表

行業別	家數	比例(%)	行業別	家數	比例(%)
礦業及土石採取業	-	0.00%	金融及保險業、強制性社會安全	12	1.93%
製造業	34	5.48%	不動產業	-	0.00%
電力及燃氣供應業	2	0.32%	專業、科學及技術服務業	7	1.13%
用水供應及污染整治業	1	0.16%	支援服務業	3	0.48%
營造業	86	13.85%	教育服務業	13	2.09%
批發及零售業	260	41.87%	醫保健及社會工作服務業	7	1.13%
運輸及倉儲業	21	3.38%	藝術、娛樂及休閒服務業	5	0.81%
住宿及餐飲業	118	19.00%	其他服務業	50	8.05%
資訊及通訊傳播業	2	0.32%	總計	621	100.00%

資料來源：105 年工業及服務業普查

(三) 南港社區特色產業

1. 台灣水鹿養殖業

南投縣鹿茸產量佔全國產量第一，107 年南投縣鹿養殖 18,198 頭；南投縣有 6,110 頭，鹿茸產量為 10,870 公斤，佔全國產量之 39.76%，國姓鄉佔其中 4,000 多頭，其一年創造的產值超過一億元，是國姓鄉最重要的產業之一，如圖 4-21；目前國姓鄉為臺灣最大水鹿養區，尤其南港村更是臺灣水鹿的原鄉，約在

清明節前後時營養份最高，每年鹿茸割鋸一次，並在 3 月辦理鹿神祭採收鹿茸，歷年養鹿頭數情形如圖 4-22 所示。

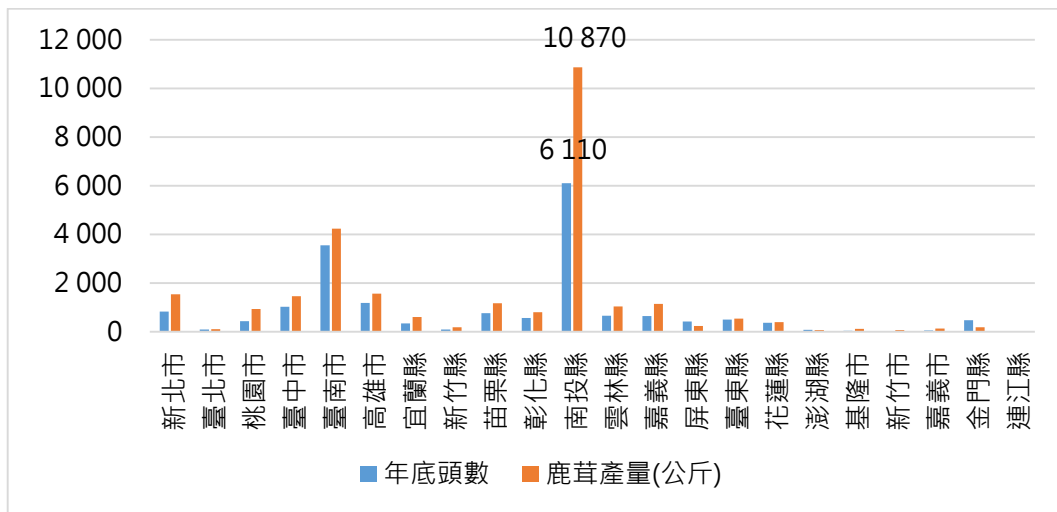


圖 4-21 107 年各縣市鹿及鹿茸產量統計圖

資料來源：107 年度農業統計年報

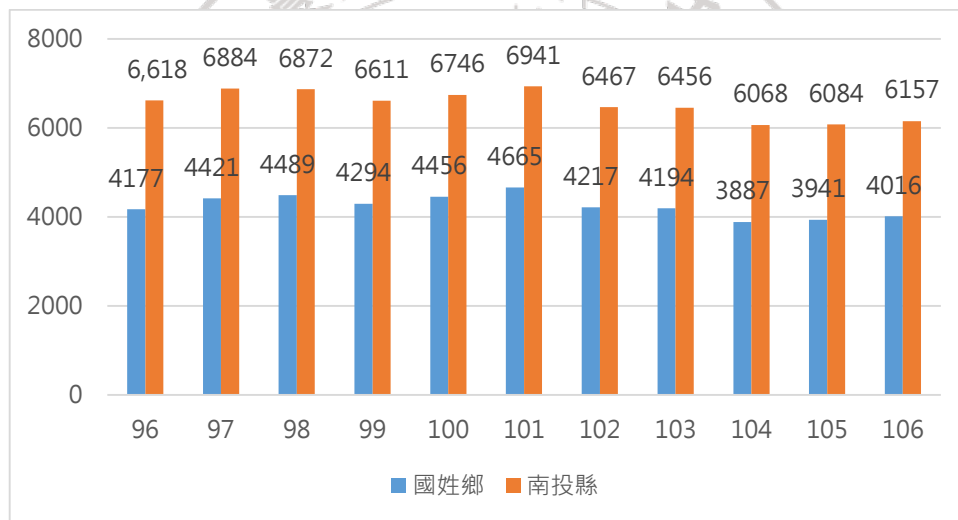


圖 4-22 96 年-106 年南投縣及國姓鄉養鹿頭數統計圖

資料來源：96 年-106 年度南投縣統計年報

2. 柑林枇杷

枇杷是南港社區的農特產水果，「柑林枇杷」在全台更享譽盛名。國姓鄉枇杷種植面積約 150 公頃，主要為「茂木」品種，產在中潭公路邊各村，最盛時期，產量占全台 70%，目前亦居全國第二位，以柑林村為原產區。本鄉所產枇杷因日照充足，柔軟多汁，色澤鮮艷，酸甜適口，加以果農悉心照料，顆顆飽滿，為台灣其他產區所不及，品質獨占臺灣鰲頭，深受消費者喜愛。每年二至四月為盛產期，中潭公路邊隨處可見販賣攤位。枇杷含有豐富的維他命，屬溫性補品，具鎮咳化痰的效用，多吃對氣管有助益。選購時宜選果粒大、色澤橙黃、果皮茸毛新鮮完整者為佳。枇杷本身難於照顧，收成不易，古來即為高貴禮品，送者大方實惠，受者尊貴。

3. 咖啡

有鑑於近年來喝咖啡的人口不斷的增加，且面臨社區產業轉型，越來越多社區居民開始轉種咖啡，而南港社區的咖啡種植在海拔約 500 至 600 公尺獨立山坡地，無污染且日夜溫差大，是咖啡生長的極佳環境。因咖啡只需百分之 30 的日照，利用檳榔及香蕉樹下種植阿拉比卡品種；以養生又合乎自然農法的方式來種植，其咖啡具有柑橘花香及滑順回甘的口感，加上自製的有機肥料及人工除草，經過不斷的努力摸索，蘊育出風味極佳的臺灣特色咖啡。

五、交通運輸

蒐集體驗經濟、六級產業及消費者行為等論文、期刊與書籍，依據文獻整理歸納，剖析南港村產業情形，建立六級產業分析架構與建立產業經營模式。

(一) 聯外道路

園區對外可由國道 3 號及 6 號銜接台 14 線與縣道 147 線進入，大眾運輸因乘車人數不多，故班次較少，而道路服務水準皆為良好；區內主要道路以龍南道路及長石巷兩條既有農路為主。交通現況敘述如下：

1. 國道系統

園區交通動線，可經由國道 3 號接國道 6 號往東，於北山交流道下接省道台 14 線於北山社區銜接縣道 147 線，其對外聯繫尚屬便利。

2. 公路系統

園區主要聯絡道路為西南端 12 公尺之既有道路，由此 12 公尺之既有道路可接縣道 147 線道路南港 2 號橋。就公路交通與園區之聯繫方面，園區可藉由省道台 14 線於北山社區銜接縣道 147 線南港 2 號橋，縣道 147 線往南於車坪崙可連接縣道 131 線再接省道台 21 線，對外聯繫尚屬便利。園區對外聯絡道路請參見圖 4-23 聯外道路系統圖，交通現況敘述如下：



資料來源：本研究製作

圖 4-23 九份二山地震園區聯外道路系統圖

(二) 區域性區聯外道路

1. 省道台 14 線(彰化-仁愛)

省道台 14 線自彰化經途芬園、草屯、埔里等鄉鎮，為上述鄉鎮與外聯繫之主幹道，道路寬約 18~24 公尺，於南投縣境內範圍全長約 19 公里，並為通往彰化之重要連絡道路，亦為南投縣重要觀光動線，以及為中部內陸腹地通往高速公路最便捷之路線。

2. 省道台 21 線

省道台 21 線為南投縣國姓鄉與埔里鎮南北向交通重要幹道，縱貫本生活圈之中央，北接中橫公路天冷，南經過埔里、日月潭、水里及信義等鄉鎮。

(三) 縣內主要道路

1. 縣道 131 線

縣道 131 線為埔里鎮、魚池鄉以及水里鄉之間的聯絡道路，道路寬約 6~12 公尺。可略分為東西兩段。長約 8.4 公里，為魚池鄉往西與水里鄉和國姓鄉聯絡的要道，該路段較無旅遊停留點，旅客大多屬於通過型的旅客。另外一段東段縣道 131 線是由魚池往東行，接著往北經內底林進入埔里鎮，該路段為埔里當地居民短途休憩樂於行經之路段。

2. 縣道 147 線

縣道 147 線由國姓鄉北山村向南延伸，沿木屐欄溪往南至水里鄉，道路寬約 6~12 公尺，為水里鄉與國姓鄉之間的聯絡道路。

(四) 大眾運輸

由於居民數目不足以維持大眾運輸營運，南港村每天早晚有兩班次的南投客運公車，是專為接送地方學生通勤之用。

(五) 園區內主要道路

通往園區內部之主要道路與主要聯外道路為龍南道路及長石巷兩條既有農路，如圖 4-24 所示。龍南道路目前由南投縣政府進行道路管理，其道路路況尚可，路面柏油路雖有部分路段有裂損，但裂損程度還在車輛可通行之範圍。而龍南道路貫穿本計畫區規劃之大崩塌區；長石巷也是由南投縣政府進行管理，其路況均屬尚可，行經本計畫區之堰塞湖、石門觀景台及紀念公園等處。園區主要道路之現況另於後續實質規劃中，將進行詳細之探討。



資料來源：本研究整理

圖 4-24 九份二山地震園區道路圖

六、鄰近農村社區

為活化農村社區、協助其永續發展，水保局持續推動農村再生計畫，除了社區本身的發展，更以區域發展理念，串聯農村產業鏈，透過公私部門，結合本會相關單位跨域合作，整合區域資源協助農村產業發展，活化在地經濟，營造農村適居環境，鼓勵全國農村進行區域資源整合，創造區域性或帶狀軸線的主題發展亮點，引導農村產、學、社區及政府部門等資源整合並持續投入農村發展。本區域農村再生社區如下表 4-13 所示，鄰近南港社區有國姓鄉的北港社區；而桃米社區在民國 88 年 921 地震時受到重創，但卻在參與農委會農村再生計畫後，逐步走出傷痛，並挖掘出社區特有的產業特色，將農村再生的三生概念-生活、生產、生態成功展示出來，成功轉型為臺灣鄉村生態社區永續經營典範，社區發展成熟且具旅遊服務機能；對於同為 921 地震受創嚴

重的農村社區－南港社區而言，相當值得參考借鏡，相關介紹如下：

表 4-13 鄰近埔里鎮、魚池鄉及國姓鄉之農村再生社區一覽表

鄉鎮	農村再生社區
埔里鎮	• 牛尾社區、桃米社區、成功社區、麒麟社區、南村社區、藍城社區、珠仔山社、福興社區、水頭社區、梅村社區、一新社區
魚池鄉	• 中明社區、東光社區、鹿篙社區、新城社區、大林社區、澀水社區、頭社社區
國姓鄉	• 南港社區、柑林社區、大旗社區、長福社區、石門社區、福龜社區

資料來源：行政院農委會水土保持局農村再生歷程整合發展平台

(一) 國姓鄉北港村－北港社區

北港村位於國姓鄉東北方，北與臺中縣和平鄉為界、東與南投縣仁愛鄉、埔里鎮為鄰，四面山高為一河階盆地地形。交通方便，臺 21 道路貫穿全村，由中潭公路臺 14 線柑仔林至該村約 10 公里。主要農產品有梅子、枇杷、花卉、蕃石榴等，日治時期因為北圳的興建，農業灌溉無虞，使得北港村成為國姓鄉的米倉。

水土保持局配合當地需要，辦理 921 震災農村聚落重建、農村綜合發展規劃及建設等計畫，改善現有道路及排水系統，建造景觀步道、自行車道、停車場、景觀涼亭、公共廁所、路燈、地標等公共設施，各項農村建設逐步完成，展現出富麗農村的嶄新風貌。

北港村區位交通便利，為通往蕙蓀林場、泰雅度假村必經門戶，糯米橋為著名三級古蹟，另有拱形水橋、水圳、水車、百年茄苳等景點，及私人興建之民宿、餐廳、溫泉山莊等設施。



圖 4-25 北港村糯米橋、百年茄冬樹

資料來源：行政院農委會網站，<https://www.coa.gov.tw/ws.php?id=10585>

(二) 埔里鎮桃米里－桃米生態社區³

清道光年間洪雅族先進駐墾植，咸豐後閩粵漢人陸續進入開墾遂形成聚落。早期因魚池五城缺乏米糧，需至埔里購米，挑米經過之坑谷故取名「挑米坑」，光復後因戶籍普查調整時筆誤改為「桃米坑」；921 震災後積極社區營造，因生態資源豐富，生態教育極為成功，故取名「桃米生態村」。

擁有好山、好水的桃米，地勢是生物多樣性最豐富的區位，維持相當面積的自然及低開發地區。具有得天獨厚多采多姿，複雜而多樣性的森林、河川、溼地及農業生態區，野生動植物及原野景觀豐沛。溪流大小共 6 條，溼地有草湳溼地、田份仔溼地、茅埔坑溼地，可供生態旅遊、教育研究之用。水上瀑布擁有幽美的景色及豐富的森林資源。

³ 桃米社區生態旅遊服務中心 <http://www.taomi.tw/>

農業以竹筍、筴白筍、菇類、薑、蘿蔔、茶、花卉及金線蓮為主要。民宿有 25 家。餐飲業有 6 家、石雕 1 家、靈芝 1 家。竹筍加工廠 2 家，農場 3 家，馬場 1 家，簡餐 3 家。而生態旅遊也結合村內導覽解說及產業體各種套裝遊程設計，已漸漸成為社區居民另一項收入來源之一。



圖 4-26 桃米生態村

資料來源：桃米生態村旅遊服務網站，<https://taomi-ecovillage.ego.tw/>

七、節慶活動⁴

國姓鄉公所為激勵鄉民走出九二一震災陰霾，展現客家人的「硬頸」精神，舉辦「搶成功文化季」活動，之後年年舉行，成為國姓鄉的年度盛事，客家委員會列為「客庄 12 大節慶」活動之一。

而南港村養鹿歷史近百年，鹿比人多是這裡的特色。921 地震後，為求振興經濟，結合地方信仰與養鹿產業，每年 3 月中旬，開創「鹿神祭」的文化祭典，感念鹿神保佑當地產業。

⁴台灣大紀元報導，<https://www.epochtimes.com/b5/11/11/20/n3435955.htm>

第二節 社區深度訪談

盤點國姓鄉南港社區及周邊社區一、二、三級產業發展情形與經營策略，並藉由現地觀察、參與式觀察法與深度訪談，發覺可進行六級產業模式之事業與課題。

一、社區訪談與分析

首先由地方代表產業業者、意見領袖及社區理事長，作為訪談之社區名單及窗口，由本團隊需求訪談小組進行聯繫確認訪談日期，最後統整所有需求訪談紀錄，以撰寫南港村產業活化報告，提出產業現況分析、擬定具體可行之行銷模式以及產業發展策略之建議。

表 4- 14 南港社區訪談時程表

日期	產業 / 單位	受訪人	職稱
3 月 19 日	多麥農場	張豐巖	負責人
3 月 19 日	鳳鳴 2 號咖啡	朱述明	負責人
3 月 19 日	南港社區	洪良慶	理事長
4 月 21 日	中華養鹿協會	劉守振	理事長
4 月 21 日	金九咖啡	洪永鎮	村長
4 月 21 日	枇杷	宋秀枝、劉泰平	負責人





圖 4-27 南港社區訪談執行情況

二、社區訪談內容摘要

透過社區訪談，了解目前社區發展以及產業運作情形，並將地方團體提出之相關發展建議，規劃彙整據以供後續規劃之參據，社區訪談內容摘要如下表所示，詳細訪談紀錄詳見附錄一。

表 4-15 南港社區社區座談民眾提問彙總表

產業 / 單位	發展狀況	發展建議
南港社區協會	1、社區產業人口老化嚴重，年輕人回流低。 2、沒有一套完整計畫長期的資金挹助。 3、鹿茸產品，但不能做療效上的宣傳，目前仍是停留在藥酒、藥粉和生鮮的販售，必須將鹿茸提升為健康食品的等級。 4、台紐自由貿易協定的影響，紐西蘭進口鹿相關產品關稅降	1、短期：將遊程精緻化，在遊程體驗和鹿茸餐點可以做加強，園區硬體也加強改善。 2、園區需要有動植物的導覽牌，有圖片和解說，導覽員在解說的時候也可以作為教材，對動植物解說是必要的。 3、在堰塞湖旁建造環湖步道，拉近遊客和景觀的距離，可以於安全的地方做步道，對於

產業 / 單位	發展狀況	發展建議
	低，未來 0 關稅，衝擊國內鹿農產業，近年這個問題已經慢慢浮現，像藥廠、食品廠不會用在地的原物料。	解說和遊客也有較好的效果。 4、明湖宮對面的鐵皮屋是很有故事的景點，可以開發參觀路線，以環湖步道、明湖宮和鐵皮屋這三個點串聯，將會是園區一大賣點。
多麥農場 (薑黃)	1、水保局 102 年建議成立企業體，並開始開發產品，而由於國內外有機農產價格高，所以決定走有機農產路線。 2、目前商品有薑黃粉、薑片、薑黃麵、薑黃飲料、薑黃米香、薑黃蛋捲，未來會販售薑黃洗手乳。	1、目前有計畫於石門觀景台設置常態假日農產品市集，搭配遊程，讓民眾買到當地農產品，也直接幫助到農民。市集也會集合南投縣其他鄉鎮的在地農產品。 2、可設定每個月的主題特色遊程，解決淡旺季的問題，將在地每月主題規劃好，設計全年的主題行程。 3、發放商家卡，可以於合作的市集和商家等展售點使用，享有折扣優惠。 4、輔導在地生產人(攤商)講解自家農產品，提高顧客信任度。 5、目前正籌備成立協會，以協會去申請公部門補助。
鳳鳴 2 號 咖啡	1、咖啡產量較少，生產也朝向自然農法的精緻種植，朝向有機的方式，現在透過政府單位協助，如建立咖啡的產銷履歷、每年杯測師咖啡評鑑、品質送檢以及 SGS 認證等等。 2、目前有推出團客的 DIY 體驗遊程，並可視季節變化結合當地特產進行體驗遊程，大約能接待二十人的團體，也	1、目前產品方面都沒有問題，唯在整體品牌行銷上面，由於這邊人口老化，許多農民觀念上不願意配合共同推動品牌，故造成地區的品牌難以行銷，產業轉型困難，無法提高更多的附加價值。 2、建議可以在九份二山設置資訊服務站，並以在九份二山各個景點設置 QRcode，不需要透過解說導覽，即可讓遊

產業 / 單位	發展狀況	發展建議
	可配合防災教育景點的導覽、農食教育的餐食安排，或是附近有如喬園山莊的合法民宿，可提供一日或兩日的遊程選擇。	客透過手機，方便快捷的瞭解這個地方的故事。
中華養鹿協會	1、全台 17,000 頭水鹿、國姓鄉 4,600 頭、南港村 3,800 頭，現今南港村人口老化嚴重，年輕人回流低，在宣傳上推動困難。 2、少有產品化商品，主要為生鮮鹿茸為主。	1、目前有做解說導覽，導覽員有 6~7 人，正在規劃設置水鹿體驗空間，以及完整行程，以長期體驗活動為目標，水鹿體驗空間位置規劃於霖園養鹿場對面。 2、常態市集建議設在水鹿公園對面的停車區，可以再延伸做木棧平台，由於在 147 線上，相較於石門觀景台可見度較高。
金九咖啡	1、國姓的咖啡種植了 15 年，金九咖啡經營 12 年，早期有種橘子、香蕉，但因為獼猴危害，後來改種咖啡，以草生自然工法，烘培時將咖啡豆送至華山，自產自銷。 2、有接駁民眾賞梅，以電話報名為主。在體驗活動上因為人潮不足，現階段還是以口碑宣傳，電話報名。	1、規劃完善一日遊路線，建造步道或吊橋，製造賣點，並與社區合作搭餐，也期待露營區就地合法，以更有力的宣傳，另外也加強園區的入口意象及道路改善。
枇杷農 (宋秀枝、劉泰平)	1、枇杷種植在溫度上的條件高，溫度低才適合，近兩三年因氣候關係，產量少一半。 2、因為枇杷本身特性，採收期短且賞味期短，目前無網路行銷和擺攤，人手不足也是其中原因。	1、沒有參與相關計畫，有參與每年的枇杷評鑑，但枇杷評鑑的實質效益不高。

資料來源：本計畫整理

根據訪談結果，茲將訪談內容分類為：社區現況、產業現況、行銷管道、未來規劃及需求建議等五個類型：

1.社區現況

依據訪談結果，多數受訪者提到如：社區產業人口老化嚴重，缺乏創新、缺乏相關完整計畫與長期資金挹助、較少吸引旅客前往之動機與亮點，以及服務性機能較為薄弱（住宿、導覽、餐食等）等問題。

2.產業現況

透過社區特色產業，包含鹿茸、咖啡、薑黃、梅子、枇杷等，主力產品仍以鹿茸為主，定期也有舉辦鹿神祭活動，帶動整體社區發展，並規劃多元小旅行，朝向體驗式行銷旅遊吸引遊客到訪。

3.行銷管道

市集展售、線上銷售、商家寄賣、批發、南投農會埔里農會寄賣，其中以貿易商批貨效益最高。部分產業，如咖啡產業則以熟客銷售為主。

4.未來規劃

目前多數業者有將自身產品搭配體驗活動，規劃出幾種小旅行模式，未來將持續精進、完善遊程內容，而張豐巖先生有意於石門觀景台設置常態假日農產品市集，搭配體驗遊程，讓民眾買的到當地農產品，也直接幫助到農民，市集也會集合南投縣其他鄉鎮的在地農產品。

5.需求建議

- (1) 增設資訊導覽服務據點、景點解說牌或相關文宣，提供到訪旅客快速了解地方資訊。

(2) 堰塞湖旁建造環湖步道，拉近遊客和景觀的距離，可於安全的地方做步道，對環境解說和遊客也有較好的效果。

(3) 明湖宮對面的鐵皮屋是具有故事的景點，可以開發參觀路線，以環湖步道、明湖宮和鐵皮屋這三個點串聯，成為園區一大賣點。

(4) 設計全年度的每月主題旅遊，解決淡旺季的問題。

表 4-16 南港社區每月特色主題盤點

月份	特色	月份	特色
1、2 月	梅花、櫻花	7、8 月	防災教育體驗活動
3、4 月	鹿神祭、樹葡萄、枇杷、青梅	9、10 月	醃醬筍體驗
5、6 月	油桐花、鹿茸採收	11、12 月	醬鳳梨製作

三、可行方向

從社區訪談中可發現，社區居民對於社區發展有多元的意見，也有各自的規劃想法，在不同職位、產業及角色，皆有自己的立場，而本計畫鑑於一年期計畫，受限時間、費用及人力之因素，故將聚焦較為可行之方向進行，並以短期產業發展幫助為主，如協助規劃完善一日遊路線，並蒐集相關回饋建議，作為後續操作之參據。

第三節 六級產業資源分析與案例比較

一、六級產業資源

南港社區產業目前跨足第一、二、三及產業，已有實施六及產業之雛形。在此以第一、二、三及產業來分別說明。

(一) 第一級產業

1.水鹿友善養殖、分級認證

國姓鄉南港村是台灣水鹿的故鄉，水鹿是一種很靈敏的動物，相傳與烏龜同屬長壽性動物。公水鹿在三至五歲之後，才有鹿茸長出。農曆過年前後，鹿茸開始生長，到清明節前後，營養份最高，也就是採收時期到了，這個時候，全台藥商趨之若鶩，前往養鹿人家訂貨，一般客戶如有需要，也可以事先聯絡，確定割茸日期，前往購買。目前產業發展也朝建立鹿茸原料來源標準化為目標，包括訂立鹿茸品質分類與標準養殖方法、訂立合作社對於鹿茸原料的允收標準及成分功效認證等。



圖 4- 28 水鹿養殖情形

2.農產品評鑑、認證

為讓消費者能夠吃得安全、吃得安心，滿足消費者對食品安全的需求與期待，南港社區配合產業政策，如咖啡農業產銷班健全發展，經建立完善之產銷班評鑑制度及設計評鑑表，以及每年舉辦枇杷評鑑活動，逐年由縣市主管機關及輔導單位辦理評鑑。



圖 4-29 枇杷果園（左）、咖啡（右）

（二）第二級產業

1.鹿茸採集

鹿茸取下之後的秤重、除毛、清洗、噴酒、裁切、分裝、烘乾等工作，到鹿茸產品之藥材調配、鹿茸切片、泡酒、與包裝。目前水鹿產業在第二級產業較缺乏跨足更多的產品加工或體驗連結。



圖 4-30 水鹿取鹿茸（左）與鹿茸裁切（右）

資料來源：開伙，https://www.youtube.com/watch?v=N_y6A0rNKPk

2.咖啡烘焙

以當地業者示範咖啡烘焙的實作，學習不同咖啡的處理方式，紀錄烘焙數據、曲線，了解咖啡風味口感特徵，並展現不同精品咖啡的風味。



圖 4- 31 咖啡烘焙

3.薑黃烘乾切片

薑黃進入採收季節後，若要製作薑黃粉要經過去除鬚莖、清洗乾淨、晾乾、切片、烘乾、磨粉，很多工序經過數天才能完成。



圖 4- 32 薑黃加工

4.薑黃皂 DIY

由天然的配方與麻油、薑黃、無患子加在一起，把薑黃弄成非常細的樣子，將皂基放入瓦斯爐中慢慢加熱，待皂基融化後，再慢慢放入薑黃碎末攪拌接著放入模具中，等待冷卻脫模後即可完成薑黃肥皂。



圖 4-33 薑黃皂 DIY

5.醃醬鳳梨

醬鳳梨為客家文化之一，每年一到鳳梨盛產期，價格便宜，一大顆鳳梨吃不完，用來 DIY 自製老一輩人愛用的調味料醬鳳梨（蔭鳳梨、鳳梨豆醬），既可長期保存，用來入菜也非常方便。



圖 4-34 醃醬鳳梨

(三) 第三級產業

1. 特色美食商品

南港社區是全台最集中的鹿茸產地，除了鹿茸酒以外，也衍伸各式鹿茸產品；得天獨厚的氣候、水質，使得在地蔬果豐饒，結合獨特的客家文化，創造出特殊的客家風味餐。近年產業轉型轉種薑黃，陸續發展了許多薑黃周邊產品，別具特色。

表 4- 17 南港社區當地特有食材及農產品

當地特有食材及農產品	
主題餐	鹿茸養生餐、客家風味餐
小吃	鹿茸燉鴨、鹿茸煎蛋、鹿茸茶葉蛋、薑黃檸檬飲、咖啡
蔬果	枇杷、火龍果、梅子、橄欖、鳳梨、香蕉
伴手禮	鹿茸酒、咖啡豆、薑黃粉、薑黃蛋捲、梅子酵素

資料來源：本計畫整理



圖 4- 35 南港社區特有食材及農產品

2. 體驗解說活動

結合一、二級產業內容，透過觀光旅行包裝，包括：震災環境教育、客家文化、生態環境導覽、水鹿牧草餵食體驗、生態導覽體驗、椴木香菇種植體驗及咖啡沖泡品嘗等體驗內容。



圖 4- 36 導覽體驗活動

(四) 遊憩據點

南港村經由台 14 線轉縣道 147 線進入，為「省道台 14 線觀光線」之中點、「921 地震帶」之核心，現階段藉由九份二山國家地震紀念地的成立，帶動南港地區暨周邊產業。而南投縣地震相關的區域發展，將沿著台 14 線周邊進行，除了九份二山國家地震紀念地外，還包括在九九峰、福龜、國姓、北山、南港地區設立旅客服務站；北港藍色隧道生態休閒旅遊；再連接台 14 線上的埔里、日月潭，鄰近的集集、中寮、以帶動整個南投地區的觀光產業。

1. 傾斜屋

「傾斜屋」一經歷 921 天搖地動，地層隆起而傾斜了近 30 度，一般人進到屋內會有頭暈目眩的情況，嚴重甚至嘔心反胃，當地人認為這是地震影響了磁場所致，故又有「磁場屋」之稱。



圖 4-37 傾斜屋

2. 震爆點

在震爆點的景觀可以看到自然災害的痕跡，在隆起岩坡上有一處紅色屋頂廢棄鐵皮屋，原址位於現朱姓人家小吃店的後山坡，震後滑動數百公尺之遠，如今雖然土石已有部分植物覆蓋其上，但仍然可以令人一眼就遁入當時搖晃崩塌的時空裡。



圖 4- 38 震爆點

3.堰塞湖

因九份二山崩塌區地層是樟湖坑頁岩之厚實頁岩夾砂岩組成，向東傾斜約 24 度，原為順向坡地形，受 921 地震強大震動力影響，而致整個順向坡岩體破裂而瀉下，崩塌區高程海拔五百公尺至一千公尺，崩塌區面積約 102.5 公頃，深度 30 至 50 公尺，崩塌體積約三千萬立方公尺以上。崩落之土石以極高之速度傾瀉而下，並在東南側下方之石門峽谷(石門層厚砂岩構成，為向斜之東翼)受阻擋而堆積，平均岩層滑衝距離約 1 公里，形成天然的土石壩，壩頂平均高程海拔 620 公尺，距原峽谷地面海拔 445 公尺共堆高 175 公尺，阻塞澗仔坑溪及韭菜湖溪而形成兩處堰塞湖。



圖 4- 39 堰塞湖

4.原生植物園

行政院農委會水土保持局於 2003 年委託臺灣大學進行「九份二山地區潛在植被調查及復育初步建議」計畫，期間於鄰近崩塌地外緣區域調查發現呂氏菝葜、秀柱花、臺灣紅豆樹、臺灣芒萁、帶狀瓶爾小草、小垂枝石松、山葉石松、天料木、巒大雀梅藤、細葉實蕨、土肉桂等瀕臨滅絕、少見或易受害之植物。由於當地環境受地震影響，形成大量之崩塌地，許多地表植被均經破壞，因此崩塌區域或原有農廢耕地所發現之植物種類大抵以山黃麻、野桐、五節芒及大花咸豐草等先驅優勢植物為主。

由於該區植被環境已遭嚴重破壞，在未經人為介入之狀況下，將須長期演替才能復原，因此針對九份二山地區進行調查規劃後，於 2004 年開始建設 921 紀念園區，並完成土地徵收及撥用約 262 公頃，辦理水土保持、土石流監測及紀念園區基礎工程建設等。並以七里香、茄冬、山櫻花、九芎等適生於當地之原生植物園為園區內主要種植樹種，期許本地區能迅速恢復成一個完整的生態系。



圖 4-40 原生植物園

5.石門觀景台

位於九份二山的長石巷內有一處石門景觀臺，可以眺望北坑溪的上游與韭菜湖溪的梳子壩，如今歷經九二一已有二十年的時

光，當年的驚心動魄已然不再，取而代之的是山巒環抱與滿眼的翠綠，石門觀景台重新成為民眾休憩、欣賞山林的好地點。



圖 4-41 石門觀景台

6.九份二山地震紀念碑

因九二一地震崩塌造成農作物及 14 戶農舍被掩埋，39 位居民被吞噬，還有 17 位未尋獲，另有 289 頭臺灣水鹿亦深埋於地底。為悼念不幸罹難的亡靈及保存震災景像，設置紀念碑，並種植 39 株銀杏，有重生、延續與長生不老之意境。



圖 4-42 九份二山地震紀念碑

7.水鹿原鄉公園

為打造低海拔水鹿復育區，國姓鄉每年舉辦鹿神祭文化活動，在南港村五穀宮、九份二山國家地震紀念地、水鹿教育園區、國姓驛站等四地舉行，除了傳統祭拜鹿神儀式，還有鹿茸競賽頒獎、鹿茸養生餐、鹿茸產品展售以及水鹿教育解說等活動，希望

將九份二山國家地震紀念地能成為國內第一個低海拔山區的臺灣水鹿復育地。

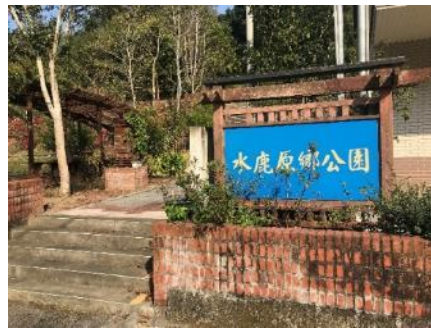


圖 4- 43 水鹿原鄉公園

8.明湖宮⁵

明湖宮原本位在國姓景點九份二山-崁斗山的半山腰，宮內供奉著福德正神-土地公，921 大地震造成崁斗山走山崩塌時，隨著崩塌土石滑落到山腳下，和原先位置相差了一千多公尺，雖然廟宇都被土石沖毀，但土地公牌位卻奇蹟似的安然無恙，居民及遊客籌措經費在土地公滑落的地方重建了明湖宮。

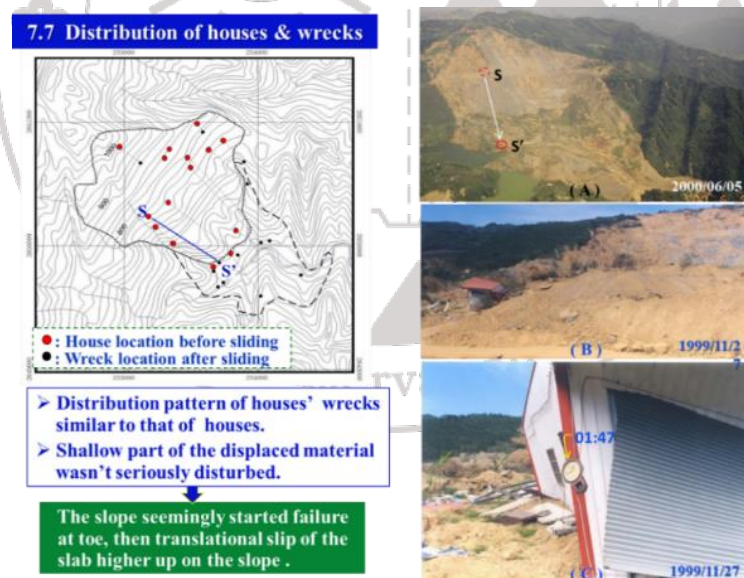


圖 4- 44 明湖宮位移情形

資料來源：王文能博士提供

⁵九份二山明湖宮簡介，取自：<https://www.135travel.com/news/html/?227.html>



圖 4- 45 明湖宮

9. 褒雄宮

南港社區內主要的義民廟-「褒雄宮」，1920 年由地方信眾前往新竹縣有名的褒忠亭義民廟祈求香靈分祀於當地，供奉義民爺，為全省分廟最多之客家寺廟，香火鼎盛有求必應，為當地居民心靈寄託寶殿。



圖 4- 46 褒雄宮

10. 金九步道

可連結至堰塞湖，社區也在湖畔開闢了環湖步道提供遊客散步賞梅，幽靜的山間小徑及滿山的梅花美景，值得鄉親前往探訪。



圖 4- 47 金九步道

11. 林屋伙房

林屋為林氏族人墾拓之所，林氏族人約於日治明治 44 年初至此地以狩獵為生，後逐漸改為養鹿、販賣鹿茸，由於南港村之養鹿事業聞名遐邇，故蔣經國、林洋港、謝東閔、白崇禧等政軍名人皆曾造訪，至今林屋伙房內仍掛滿歷年來受贈之匾額，供人觀賞。林屋聚落的三合院群係目前國姓鄉內保留最為完整者的客家聚落。聚落共有四個三合院，一字型背山地座落於山腳下。林屋伙房為三合院格局，是國姓地區保存最完整的客家伙房。



圖 4-48 林屋伙房

(五) 公共服務設施

1. 農產品展售中心

農產品展售中心以銷售國姓鄉當地農產品為主，提供消費者品質優良，價格合理之農產品，以菇類、薑黃、咖啡、筍類、當季水果及精緻農特產加工品。



圖 4-49 展售中心

2. 傾斜屋外市集

由當地居民擺設自行栽種的農作物、小吃，提供到訪遊客。



圖 4- 50 傾斜屋外市集

3. 南港社區活動中心⁶

從民國 91 年就開始籌建，其中土地費用是向居民募款集資 129 萬元購買而來，再向縣府及公所申請補助 756 萬元興建而成，目前功能齊全、擁有八角樓造型、極富客家特色的活動中心，使用率相當高，已成為社區居民聚會、上課研習、休閒聚會的最佳去處。目前每周固定有社區長照活動，以及社團來訪用餐、水保局相關活動之辦理空間，而二樓空間則為辦公室及閒置空間。



圖 4- 51 南港社區活動中心

⁶ 台灣社區通 http://sixstar.moc.gov.tw/frontsite-community/blog_index/SpecialCommunityContentListAction.do?method=doReadMobile&contentId=84820&menu=4

4.南港國民小學⁷

原係北山國小南港分校，成立之初僅有 2 班學生，42 年 9 月 1 日奉命獨立為南港國民學校。108 學年度班級數為 4 班，學生人數 10 人，教師職員共計 11 人。



圖 4-52 南港社區活動中心

5.停車空間

依據本案現況調查結果，九份二山主要停車場共有 4 處，南港路旁近水鹿公園（22 輛小客車、3 輛大客車）、震爆點觀景平台（5 輛小客車）、九份二山堰塞湖停車場（18 輛小客車）、石門觀景平台（46 輛小客車），而大型客車多停放於省道 147 線往龍南產業道路轉角處，整體而言尚能滿足目前需求。



圖 4-53 震爆點、堰塞湖停車場

⁷ 南投縣南港國民小學網站，<http://www.nkes.ntct.edu.tw/p/412-1126-1748.php?Lang=zh-tw>

(六) 旅宿設施

在旅宿方面，國姓鄉內合法旅宿共有 29 家，南港村內有其中 2 家；國姓鄉露營區共有 43 處，南港村共有其中 3 處。

表 4-18 南港村合法旅宿資料

旅宿名稱	地址	總房間數	定價
喬園渡假山莊	南投縣國姓鄉南港村鳳鳴巷 5-2 號	4 間	NT\$1,800-2,800
水鹿咖啡民宿	南投縣國姓鄉南港村南港路 11-6 號	3 間	NT\$2,200-3,000

資料來源：旅宿網，<https://taiwanstay.net.tw/>

表 4-19 南港村露營場資料

露營區名稱	用地分區	用地類別	用地情形	違規情形
連興露營區	非都市土地/ 森林區	林業用地	符合水土保持法	待清查
羅氏後花園	非都市土地/ 山坡地保育區	農牧用地	具有稅籍登記	待清查
喬園渡假山莊	非都市土地/ 山坡地保育區	農牧用地	符合水土保持法，具有稅籍登記	待清查
港寮枝 179 景觀農場	非都市土地/ 山坡地保育區	農牧用地	符合水土保持法，具有稅籍登記	待清查

資料來源：交通部觀光局露營區查詢專區，<https://gis.tbrc.gov.tw/TTE/index.jsp>



圖 4-54 南港社區遊憩資源分布示意圖

二、品牌狀況

南港社區現有「鹿鼎原鄉，再現南港美樂地」之品牌理念，以及吉祥物 yoyo，主要強調地處於南投縣國姓鄉最南端的南港社區，是全台最集中的鹿茸產地，飼養水鹿歷史逾百年，是台灣水鹿的原鄉。如何將這些人文資源善用於品牌的形塑上，行銷具有特殊故事性的商品是南港社區品牌發展上的首要課題。

三、組織人力

在南港社區，主要是以南港社區發展協會為主，其他社區組織大多是依附在南港社區發展協會下，如：南港社區媽媽教室、守望相助隊與環保義工隊，或與南港社區發展協會是互相輔助的角色，定時與協會舉辦社區居民，共同參與活動或研習營，如：南港村辦公處、南投縣養鹿協會、褒雄宮管理委員會與南港國民小學。

鹿茸事業，並長期經營、結合地方農民辦理社區市集、社區旅行以及行銷推廣等事務。

地方解說人員方面，於 108 年水保局南投分局辦理「九份二山生物多樣性長期調查及監測計畫」，培訓南港社區生態解說人員，共 25 人報名，19 人完訓，藉此帶領地方民眾認識九份二山的動植物資源及重要景點，培養尊重自然環境的認知與使命感；培訓地方民眾的導覽解說能力及技巧，儲備未來生態旅遊及永續利用的解說人力；落實社區生態教育，提昇社區民眾關懷生態及尊重萬物之涵養、知識及行動力。

而今年（109 年）水保局南投分局「九份二山國家地震紀念地土地使用空間活化精進及策略擬定」計畫，持續針對社區居民進行防災及社區特色經營之培訓教育訓練，共 18 人完訓。

四、經營模式

（一）跟著小水鹿體驗趣

「跟著小水鹿體驗趣」為其中由南港社區代言吉祥物-南港小水鹿為迎客起始，並由導覽員帶領遊客做社區深度體驗。目前經營模式主要透過洪理事長，以私人團體方式報名，依據遊客團體需求，安排社區成員提供解說、場地及活動，並由社區媽媽教室安排餐食，而南港社區提供三項路線體驗，可選擇一項不同的體驗行程及 DIY 活動：

表 4- 21 跟著小水鹿體驗趣行程

時間	內容	地點
08:30-08:40	報到	社區
08:40-10:40	導覽解說	觀景台、堰塞湖
10:40-12:00	導覽解說	傾斜屋、震爆點
12:00-13:30	午餐（客家風味餐）	社區
13:30-14:30	咖啡體驗	社區實體展售店
14:30-15:50	客家文化	林屋伙房水鹿園區
15:50-16:30	水鹿餵食體驗	水鹿園區
16:30-17:00	品嚐鹿茸養生湯	社區實體展售店
17:00	賦歸	回程

資料來源：南港社區發展協會

表 4- 22 體驗行程費用

項目	單價	備註
導覽費	1,600	全程導覽
9 人座接駁	1,500	園區道路狹小需轉乘 9 人座
鹿茸養生餐 (客家風味餐)	6,000 (3,500)	依據人數(一桌 10 人)
餵水鹿體驗	40	牧草費用
DIY 體驗	100~200	視體驗內容而定 咖啡、椴木香菇、薑黃皂、醬 鳳梨製作
僑園民宿住宿	2,800(兩人房) 20,000(全包)	全包 7 間房可住 22 人 (平均每人約 1,000)

資料來源：南港社區發展協會

該活動係由水土保持局南投分局透過農村區域亮點計畫，將南港社區九份二山地震紀念地做為重要的教育場所，並舉辦紀念活動—跟著小水鹿體驗趣，讓大家了解水土保持局南投分局於地震後九份二山大崩塌，辦理土地徵收，劃設國家地震紀念地，經過多項水土保持和生態的調查，再次發現野生水鹿蹤跡，也協助在地養鹿業者重振鹿茸產業，於 108 年試辦兩場次免費參加。

其後列入由農委會、行政院及日月潭國家風景區聯合開發 13 條極具特色的深度體驗遊程，成為「跟著蝴蝶去旅行」之一旅遊路線。

(二) 薑黃、鹿茸體驗之旅

南投縣友善產業推廣協會在今年 6 月成立，38 位成員中，主要是以友善耕作小農為主，協會理事長張豐巖先生也籌劃薑黃鹿茸體驗旅行，透過旅遊推廣南港社區與當地產業。

表 4-23 薑黃、鹿茸體驗之旅行程

時間	內容	備註
09:30	到達南投縣國姓鄉南港村	
09:30-12:00	DIY 體驗-薑黃鹿茸烤雞/花生糖	可加選 DIY 項目：醬鳳梨或檸檬醋或薑黃皂，單向單人收費 200 元
12:00-13:30	中午享用鹿茸特色餐	
13:30-14:30	自沖咖啡品嚐薑黃蛋捲	
14:30-16:00	古建築參訪-林屋伙房&餵鹿體驗	
16:00	回程	
費用：10 人團（1 位/800 元）；40 人團（1 位/1,000 元）		

資料來源：南投縣友善產業推廣協會

(三) 國姓夏季二天一夜深度體驗活動十賞鹿趣

透過教育部南投縣國姓數位機會中心(DOC)推薦集合在地微型企業的店家學員，透過關聯產業群聚組成「國姓鹿遊趣」，共同舉辦兩天一夜體驗旅行活動。

表 4-24 國姓夏季二天一夜深度體驗活動十賞鹿趣行程

時間	內容	地點
1 Day		
08:00-11:00	集合出發～國道風光～停靠休息站	
11:00-12:00	足夢-聞香踏實(絲瓜/葉片息 DIY/古法香茅導覽)	阿坤香茅工坊
12:10-14:00	午餐:隱藏在北港村的鄉間好料理	後頭唇餐廳
14:00-16:30	糯米橋休閒農業區-導覽	北港村
17:00-進房	歡迎《回家》~感受有溫度的渡假會館~	陽光水岸會館
18:00-19:30	晚餐:陽光風味自助餐	
19:30-20:30	我們與國姓的夜話時間	
20:30-22:00	我們一起來飆歌吧	
22:00~	安穩舒適的睡個好覺~	
2 Day		
07:00-08:30	晨喚~早餐時刻~整裝再出發~	陽光水岸會館
09:00-11:00	國姓好品味:採烘磨泡,喝一杯自己的咖啡!	鳳鳴二號咖啡
11:30-13:00	午餐:南港特色鹿茸野食餐	鳴鹿生物科技
13:20-15:00	林屋伙房-水鹿解說及餵食互動體驗	林屋鹿場
15:00~	再會~南投國姓!	
費用： 二人房：平日(周一-五)：1,900/人；假日(周六-日)：2,300/人 四人房：平日(周一-五)：1,650/人；假日(周六-日)：1,900/人		

資料來源：國姓鹿遊趣

五、產業課題與發展六級產業之課題

本研究之最終目標是利用六及產業的經營手法，透過體驗式行銷提升農村社區產業之經營。以目前南港村水鹿經營情況，水鹿產業需要投入大量時間與勞動力，而經營方式仍以傳統農產銷售，銷售管道較為獨立難以帶動整體農村社區產業。雖然近年透過區域亮點計畫安排小旅行活動，但目前仍處於發展階段，為此，本研究統整以上現地觀察、社區訪談以及相關資料蒐集，提出產業發展中的課題，以利了解後續六及產業發展方向。

(一) 組織老化、人才缺乏

依據第四章第一節人口資料顯示，南港村人口老化，產業面臨諸多問題，如農村沒落農民老化、農業人口嚴重短缺、新進農民專業不足、缺乏創新與技術運用，老農因為沒有多餘心力，對待土地的行為便是採取最方便快捷的慣行農業方式。另，雖然社區成員間彼此熟識，然因各計畫輔導對象不同、既有行政組織以及產業團體等，缺乏統一的聯絡窗口與組織架構。

(二) 產業結構與銷售通路

農業結構多為產銷分離，農民只要負責生產，銷售完全交由盤商來負責，從大盤商的收購、中盤的分銷再到零售商，這三層的利潤分配，無形間墊高了產品的末端售價，也因為過往數十年都是如此，而導致農民完全沒有銷售的經驗以及管道，無從拓展客源。

農作銷售管道的不確定性高，小農除了農事之外，多數農產加工、機具修整、水電都要自己包辦，甚至包裝、銷售也都花時間學習，產業偏向各自單打獨鬥，尤其新農初期更是因為產量較

不穩定，且新入行較難打入一般市場或其他穩定的銷售平台。再者，一般都面臨與消費者接觸不易，銷售管道不確定性高的問題。

(三) 品牌與本地故事連結

南港村雖有現有「鹿鼎原鄉，再現南港美樂地」之品牌理念，但仍是初步的構想，在傳統產銷模式上的問題，各自品牌林立，無法有向心力，區域除了部分產業產銷履歷、品質送檢以及 SGS 認證以外，並無針對行銷、旅遊、企劃等學習管道。

如何合統一地域品牌，將人、地、產以共同形象為出發，成立合作基地，讓老農和青年能集結能量，作區域性的發揮。舉辦以水鹿或在地產業為主題的遊程、策化展活動，並舉辦品牌力創生工作坊，藉以吸收不同資源，產出更多創意成果。

(四) 與消費者需求脫節

依據訪談結果，目前南港村產業的銷售通路，主要仰賴過去所建立的人際關係與長期合作的盤商，此外，產品屬性多為完整包裝，較少可立即消費的產品，如特色小吃及伴手禮等，零售與網路銷售成行亦不顯著。以產品為例，當消費者決定購買時，首重於商品價格與其品質，而體驗則成為一個很好溝通的方式，透過體驗能夠了解品牌力、能夠感受產品品質，必須正視消費者需求，根據消費者價值觀與時代氛圍，同時具備品牌精神所設定的消費者體驗，才能創造與消費者之間真正的聯繫吧。

(五) 未整合六級產業之資源與優勢

從本章節對於一、二、三級產業的描述中可發現，目前在各級產業的資源與優勢尚未發揮六及產業化的「相加」與「相乘」效果。當民眾購買鹿茸產品時，並不能得知水鹿原鄉的故事、環

境的特殊性、飼養的努力，也不清楚鹿茸製成的過程，因此，無法發揮產業與品牌所有的資源與優勢。

六、六級產業案例比較

農業六級化除了強化協力合作的綜效外，更應在風格力和創新力的營運推動上加大力度，讓設計美學和風格展現成為營運成功得關鍵，更強調創新研發，也能說自己的故事，賣自己生活風格與價值主張，以下就農業和生活產業六級化的案例，充分說明建構跨產業得優勢組合（ $1+2+3=6$ ）或優勢融合（ $1\times 2\times 3=6$ ）的營運模式。

（一）農業六級產業－花蓮立川漁場

立川漁場位於花蓮縣壽豐鄉的天然湧泉區，其臺灣蜆的養殖便是以活水作為培育用水，相較於傳統的淨化養殖池池水，以活水養殖出來的臺灣蜆不僅鮮美無土味，在品質上也更加安全、可靠，因此，孕育出聞名全國的黃金蜆。

1.經營主體與組織

立川漁場建立於 1971 年，並在 1995 年成立立川農場股份有限公司。早期立川漁場經營養豬業，到後來的農漁牧綜合經營，最後選擇離牧，以水產養殖業、休閒體驗產業及農業生物科技作為主要的產業經營核心。

2.發展困境與契機

臺灣農林漁牧業受限於生產規模小、高工資成本及執業人口老化，產品競爭力相對不足，面對如此困境，產業型態務必變化，諸如傳統農林漁牧業加入觀光休閒的元素後，轉型為觀光果園、

休閒農場及休閒體驗漁場，就以漁業轉型而言，發展休閒漁業是有一定的必然性。

3.經營策略與模式

立川漁場擁有得天獨厚的五星級養殖環境,在天然湧泉、活水養殖無污染的環境下，繁殖出立川三寶，並研發出讓人安心又保健的商品。立川從一級產業到五級的美學產業⁸，涵蓋的9大構面⁹都能具體的呈現，並且透過四季不同資源，以整合行銷分享出去



圖 4-56 立川集團企業關係圖

資料來源：蔡順來（2011），地方產業與家族移民——以壽豐立川漁場蔡氏家族為例。

立川發展休閒漁業，需有特色資源作基礎,然後據以設計體驗活動，以吸引遊客。農漁業資源是立川發展休閒農漁業，發展體驗式經濟的基礎，而休閒農業資源包含自然資源、景觀資源、產業資源、文化資源及人的資源五構面，以下就立川漁場發展休閒漁業的資源五構面：

⁸ 依經濟部工業局創意生活產業計畫，五級產業包含農業經濟、商品經濟、服務經濟、知識經濟及體驗經濟。

⁹ 9大構面包含生產、生態、生活、科技、產業、體驗、休閒、教育與環保

表 4-25 立川漁場發展休閒漁業的資源五構面

構面	項目	內容
自然資源	氣象資源	氣候宜人，空氣較無汙染
	植物生態資源	水生植物與綠藻
	動物生態資源	黃金蜆、貴妃魚、香魚、臺灣鯛
	水文資源	壽豐溪及荖溪的沖積扇端，擁有天然湧泉
景觀資源	地形地質景觀	縱谷平原，環繞青翠碧綠的山脈
	動、植物景觀	綠藻、黃金蜆及各種魚類水鳥生物鏈
	農村產業景觀	魚塭景觀
產業資源	水產養殖產業	黃金蜆、貴妃魚、香魚、臺灣鯛
	生技產品加工	生物技術加工：如蜆精
文化資源	懷舊野趣	摸蚬仔兼洗褲，教育意義
	歷史痕跡	泰雅族及阿美族獵場
	宗教精神	基督教
人文資源	多元族群	原住民、閩南人、客家人及外省人
	社區營造	共和村永續發展促進會

資料來源：蔡順來（2011），地方產業與家族移民——以壽豐立川漁場蔡氏家族為例。

4.六級產業成果

立川漁場深化經營，建立永續的經營根基，從一級產業融入了環境教育與童趣生活，也召集在地的二度就業婦女把家常的漁香美饌化為招牌料理，讓黃金蜆、貴妃魚和臺灣鯛成為桌上佳餚，顧客除了休憩旅遊，同時還能大快朵頤。過去，立川的營業額有6成來自於一級的水產養殖事業，二級的加工僅佔事業體的4成；如今，一級的養殖事業只占全事業體的2成，二級的蜆精事業與六級產業的體驗事業則各佔4成。由此可見，在「蜆文化生態館」聆聽壽豐鄉的山水背景與水路流向、臺灣蜆的生態循環與採收流程；在「五餅二魚餐廳」品嚐現炒黃金蜆、清蒸貴妃魚與鹽烤臺灣鯛；在體驗區下水回味「一兼二顧，摸蚬仔兼洗褲」的傳統漁

民生活等，已讓遊客獲得美好的回憶和感動，也讓立川的體驗效益從市佔率延伸到心佔率。

(二) 生活六級產業－薰衣草森林、緩慢、心之芳庭

薰衣草森林是個從「三級服務+一級農業+二級製造業」的成功模式，並將成功模式延伸到餐飲、旅宿、婚禮、遊憩、香氛、商品、策展等多元業種，自 2001 年成立以來，以持續的創新能量，每年吸引超過百萬國內外遊客造訪。旗下目前擁有 8 個品牌、20 餘家分店與 500 位夥伴。

1. 經營主體與組織

2001 年薰衣草森林企業從台灣中部一個偏遠鄉村，以新台幣 200 萬元創立，兩位創辦人庭妃與慧君原本是完全不相識的人，但因為有共同的朋友，這位朋友發現他們一個想開咖啡廳，一個想找地當農夫，於是牽線讓他倆認識，從此成了生命中最重要的人。創業到經營，從原本三個員工的小咖啡店擴展成旗下擁有薰衣草森林、森林島嶼、緩慢文旅、心之芳庭等八個品牌，上百人企業。

2. 發展困境與契機

當開店一年後，統一企業邀請薰衣草森林到清境農場開設分店時，薰衣草森林開始導入體制管理邁入轉型期。2002 年 9 月，聘請庭妃的大表哥也是慧君的好友—王村煌，擔任薰衣草森林的協理，負責建立企業組織體制，以提升經營效率。把薰衣草森林成立的理念正式以文字具體描繪出來：

- (1) 發展薰衣草森林成為具有香草專業的休閒產業。
- (2) 所有來到薰衣草森林的顧客都是我們的朋友，讓朋友感到快樂是這家店首要的任務。
- (3) 提供美好的服務、環境與產品，營造薰衣草森林成為一家讓顧客感動與傳頌的店。
- (4) 提供員工穩定良好的工作環境與實現自我的機會，讓員工在工作中獲得快樂與成長。

3.經營策略與模式

分階段逐步成立財務部、營運部、廚部、行銷企劃部、採購部、人力資源部、客戶服務部，讓薰衣草森林在專業分工的運作下，達成經營目標。於是，轉型後的薰衣草森林，創辦人的角色從領導人轉為精神領袖，負責對內對外宣揚薰衣草森林的創辦理念。在企業化的管理下，透過報表的統計分析來控制公司整體的營運狀況、並作為決策的參考，其中，顧客意見調查表為其最重要的營運績效指標，損益表則明確訂出各店各項收支所應佔的合理比例。

表 4-26 薰衣草森林經營元素

構面	內容
美感場所	美感是一種生活態度，把美感帶入薰衣草森林的經營中，就是一種生活風格的體現。在薰衣草森林裡，運用大量插畫在環境佈置與商品上，形成了薰衣草森林的視覺識別之一。
故事與活動	主要是透過全年持續不斷的園區活動讓顧客玩得開心。其主要的理念：若顧客每次前來都只能用餐看風景，幾次之後新鮮感便會消失，而要頻繁的變更園區景觀及菜單是不太切合實際的，所以，藉由

	豐富多變的活動讓顧客獲得不同體驗，進而認知到這是一家有趣好玩的店。 在活動規劃上，薰衣草森林以一年為週期，區分為一般節慶活動與薰衣草森林特有的活動。
特色產品/餐飲	薰衣草森林的菜單是每半年更換一次，而以餐飲為經營重心的「桐花村」則是每四個月換一次。這樣的更換目的，主要是希望能給來店的顧客帶來新鮮感與些許變化，同時，也有季節的考量因素在其中。
親切服務	藉由和顧客建立朋友關係而留下屬於個人特有的印象，使服務人員與顧客之間有了人情味。

資料來源：張富瑞（2010），策行期末報告—薰衣草森林。

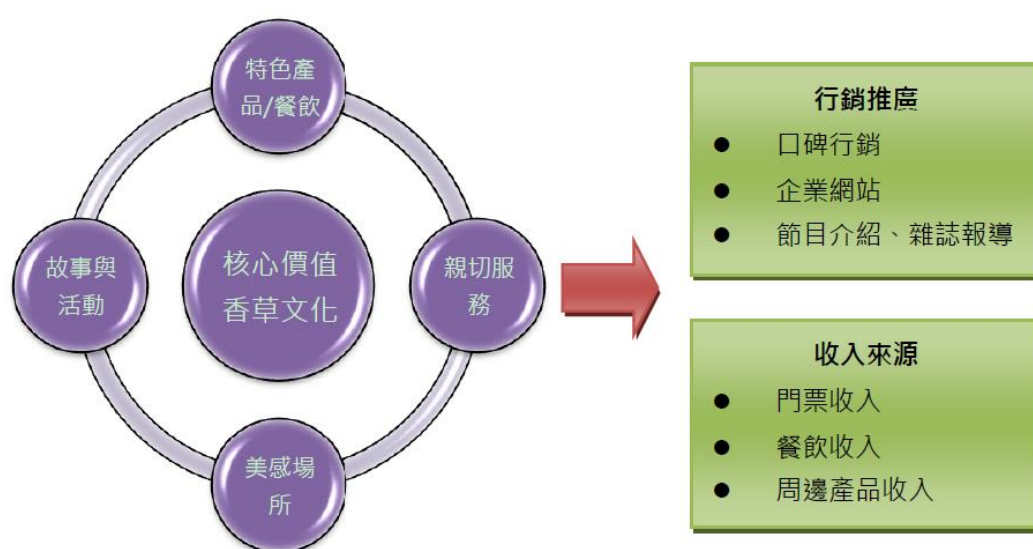


圖 4-57 薰衣草森林的經營策略

資料來源：張富瑞（2010），策行期末報告—薰衣草森林。

4.六級產業成果

薰衣草森林在休閒餐飲業興起的初期就已建立名聲，算是早期的進入者，在消費者心目中已佔據第一品牌的地位，再加上持續不斷地累積與顧客的專屬資產，對於同質性高的競爭者來說，實在不容易取代其地位。

薰衣草森林是個典型從「三級服務+一級農業+二級製造業」的成功模式，不論是薰衣草森林、緩慢民宿還是心之芳庭，都是環繞在與顧客分享幸福、創造幸福的感動。三個不同幸福的園地，串連起許多人心中渴望幸福感的「魅力」，吸引許多追求幸福體驗得消費者；利用鮮明一致的色系—紫色、褐色和白色，凸顯整體的「美感」識別；「創意」元素的表現，可以「心之芳庭」為代表，將戀愛與婚禮的情境塑造，雖有空間區隔卻能連結幸福概念的營運模式，讓消費者享有不同階段的感性價值。

在經營策略方面，採取幸福主題，分就人生階段追求的各種幸福，發展不同的品牌事業；幸福團隊如何持續運作？要賣幸福，首先須要讓員工對於幸福有感，對於員工的感性培養，如每年讓員工帶薪到國外旅遊，讓員工開啟五官的感受，以便能更敏銳地、感性地與顧客互動；也善用邏輯理性的管理工具讓夢想成長，用來管理的績效指標，則是顧客滿意度和共鳴度，讓顧客產生感動、引發認同，讓顧客變成產品是幸福產業六級化的不二法門。

(三) 南港社區之參考與借鏡

由以上案例可知，成功的六級產業中，一級產業並非六級產業主要收入來源，以六級產業角度來看目前南港村水鹿產業狀況，南港村仍以一級產業生產鹿茸為主，可透過技術升級改善養殖情形；而二級產業可參考花蓮立川漁場，以目前農業技術整合其他資源，如融入防災環境教育與體驗生活，改善產業收益；三級產業包含生態館、體驗區、產品販售以及餐廳皆是可行參考方向；經營策略方面可參考薰衣草森林，透過主題化，將產品、遊程及事業分眾，發展不同品牌和主題，照顧不同群眾。有關六級產業研析如所圖 4-58 示。

案例研析	花蓮立川漁場	薰衣草森林 心之芳庭	南港社區 九份二山
六級產業 科技、創意、美學、體驗	結合生態教育、童趣等風格元素	結合勇氣、夢想、幸福、緩慢等風格元素	結合防災教育、特殊地質、客家文化元素
三級產業 行銷	立川蜆加工廠、文化生態館、回收再製廠、體驗區	香草周邊產品販售、餐廳、民宿、婚禮場地	鹿茸周邊產品販售、餐廳、特色風味餐、餵養體驗
二級產業 製造	綠川生技、蜆精、真空包裝、黃金蜆相關製品	香草植栽、香草手工皂、精油、香草相關製品	鹿茸採收、鹿茸酒泡製、健康食品、鹿茸相關製品
一級產業 生產	臺灣蜆、貴妃魚、台灣鯛等養殖	香草生產	水鹿養殖、當地作物

圖 4- 58 六級產業分析比較圖

資料來源：本研究整理

依據上述兩件成功案例，經營主體及組織架構是六級產業法展的主要核心，依據社區訪談結果，雖然社區居民間彼此熟識，惟缺乏單一服務窗口，若外人要前往旅行，將不知對誰聯繫，分工上也較無組織化，是產業發展之問題，而目前由國姓數位機會中心(DOC)輔導的「國姓鹿遊趣」刻正積極透過產業串連，協助推廣南港社區。

南港社區產業所面臨的問題如同立川漁場，面對國外市場的衝擊，以及產品品質的認證；又區位條件如薰衣草森林，地處偏遠，交通不便。可考案例透過地方特色產業的專業化與休閒化，結合故事、餐飲及形象，創造地方品牌帶動周邊產業的發展。

在產業經營策略方面，上述案例都是將各項資源的整合，並以一致的形象、服務處造出故事性與特色；南港社區目前發展上皆有一定的雛形，如鹿茸可以參考立川漁場在產品的品質提升、生物科技的運用以及健康食品的推出；社區旅行的經營可參考薰衣草森林的 4 項經營元素與其行銷推廣模式。

第四節 體驗式行銷建構與實作

透過上述文獻回顧與資料彙集、社區深度訪談，可以瞭解過去從政府單位推動震災災後重建，希冀透過九份二山國家地震紀念地之發展，可望帶動北山村、南港村暨其周邊產業型態轉型，而南港社區亦透過參加水保局農村再生計畫示範社區，激發社群力量，活化在地既有產業，結合九份二山特殊之自然景觀，帶動地方觀光人潮，改善居民經濟。惟推動的過程中，受限於人口老化、交通不便、地質不宜開發、產業缺乏創新產銷模式等未能整合之原因與困境。言之於此，本研究探究六級產業體驗式行銷之建構，主要以空間環境、農作生產、社區組織及理論分析四大方向進行探究，除了建構機制外亦從過程中，獲得體驗遊客之回饋，並作為未來產業策略之決策參據。

一、建構體驗式行銷之機制

透過文獻回顧體驗經濟與六級產業模式歸納分析後，南港村在顧客參與度和體驗者與環境的關係中，適合以娛樂、教育與審美三種體驗進行操作，而體驗行銷應以消費者的角度，透過感官、情感、思考、行動、關聯等五個要素來設計；以六級產業模式角度而言，可透過農林漁牧產業，進而衍伸休閒農業、伴手禮、創意料理，並結合成為體驗旅遊，六級產業類型適合「創意體驗型」與「交流平台型」，綜合上述歸納，再形成適合推動之六級產業事業。

表 4- 27 南港社區體驗式行銷內容歸納表

理論	項目	類型	內容	實務操作
體驗經濟	顧客參與和體驗者環境的關係	娛樂	指消費者主要依靠感覺被動與吸收的一種體驗。	體驗旅遊
		教育	指消費者能在事件發生的過程中通過主動參與而吸收到知識的一種體驗過程，參與者多處於事件之外，而不是沉浸在活動中。	
		審美	指個人沉浸在某一事物或環境中，而對環境產生極小的影響或幾乎沒有影響。	
	體驗行銷	感官	以五種感官為訴求，由視覺、聽覺、嗅覺、味覺、及觸覺五覺所形成的刺激，形成美學的愉悅、興奮與滿足。	
		情感	藉由提供某種體驗刺激，誘發消費者對品牌產生情感，或是觸動消費者內在的情感與情緒。	
		思考	思考體驗訴求的是智力，目標是用創意的方式使顧客創造認知與解決問題的體驗。	
		行動	行動體驗的目標是影響身體的有形體驗、生活型態與行為模式。	
		關聯	認知目標消費者與其想參與的文化，為消費者創造一獨到的社會識別。	
	六級產業核心	農林漁牧產業	休閒農業 伴手禮 創意料理	
六級產業	六級產業類型	創意體驗型	以第一級產業為首，逐步延伸至第二級與第三級產業。	
		交流平台型	此類型以第三級產業整合第一級產業與第二級產業，為各級產業之間建立交流與交易的平台。	

資料來源：本研究整理

二、體驗路線歸納

利用前述文獻回顧與上述歸納整理，以體驗旅遊方式的應用作為六級產業體驗式行銷的整合，主體架構分為「導入期」、「成長期」、「成熟期」，目前仍介於導入與成長期之間，而每單元再區分為「大眾遊程」、「主題性遊程」、「慶典活動遊程」；大眾遊程的客群偏向初次造訪的遊客，為開放遊程，以一日遊與半日遊作區分；主題性遊程相對較深入，客群針對有目的性的遊客，為預約式遊程，類別又依社區的潛力文化資源的不同有所改變，計畫初步以月份特產或景物作主分類；而慶典活動遊程的客群廣，為受時間限制的遊程，以社區既有慶典及潛力文化資源設計與社區慶典有關聯的遊程。

表 4-28 遊程內容盤點

基礎服務機能		遊程	分類	內容
解說	簡報介紹	路 線 類 型	基本	水鹿餵食、咖啡體驗、椴木香菇種植、地質景觀、客家文化、社區景點
	人員導覽		主題	1、2 月梅花、櫻花
餐食	在地美食			3、4 月樹葡萄、枇杷、青梅
	客家美食			5、6 月油桐花、鹿茸採收
	鹿茸餐			7、8 月防災教育體驗活動
	特色小吃			9、10 月醃醬筍體驗
住宿	民宿			11、12 月醬鳳梨製作
	露營		慶典	搶成功(11 月)
購物	農特產品			鹿神祭(3、4 月)
	展售中心			

資料來源：本研究整理

本研究依據訪談結果，參考蒐集資料及既有旅行路線，以基本行程搭配每月主題活動，或每年慶典活動，初步規劃 4 條路線方案，方案各自有獨特的體驗感受，亦可加購自由選配行程，可分為半日、一日至二日遊等，作為後續體驗式行銷實作路線，路線規劃如下表 4-29 所示。

表 4-29 初步路線規劃

南港社區體驗行銷路線方案			方案一 水鹿經典	方案二 人文慶典	方案三 防災教育	方案四 北港二日
基本行程	解說	南港村社區簡介	✓	✓		✓
		深度導覽	△		✓	
	餐食	客家、鹿茸養生餐	✓	✓	✓	✓
		特色小吃	✓	✓	✓	✓
	購物	展售中心	✓	△	△	△
	活動	水鹿餵食、咖啡體驗、薑黃DIY、椴木香菇種植、客家文化體驗、 每月主題活動	✓	△	△	✓
	景觀	地質景觀（震爆點、堰塞湖、傾斜屋等）	✓	△	✓	△
		客家文化景點	✓	△	△	△
	住宿	民宿				✓
		露營				△
主題活動	1、2月梅花、櫻花		△依月分選配			△依月分選配
	3、4月樹葡萄、枇杷、青梅		△依月分選配			△依月分選配
	5、6月油桐花、鹿茸採收		△依月分選配			△依月分選配
	7、8月防災教育體驗活動				✓	
	9、10月醃醬筍體驗		△依月分選配			△依月分選配
	11、12月醬鳳梨製作		△依月分選配			△依月分選配
慶典活動	搶成功(11月)			✓		
	鹿神祭(3、4月)			✓		
二日遊 (北港村)	解說	北港村社區簡介				✓
	活動	香茅DIY體驗活動				✓
	景點	糯米橋、拱形水橋、水圳、水車、百年茄苳				✓
✓ 標準組合項目；△ 選配行程項目						

資料來源：本研究整理

(一) 方案一——水鹿農村經典路線（半日/一日遊）

國姓鄉南港社區是國內最大的台灣水鹿養殖區，養殖經驗已有百年歷史，社區居民約 1,800 人，而水鹿卻有 4,000 多頭，形成「鹿比人多」的奇特景象，每年春末夏初正是鹿茸成熟季，不少消費者直接到產地選購，鹿農雖忙著採收，此路線除能體驗最經典的南港社區風情，讓鹿農帶領參觀鹿場尋鹿蹤，更能一嘗道地的鹿茸料理與在地相關產業。

(二) 方案二——客家文化慶典路線（半日/一日遊）

國姓鄉南港社區為客家大庄，經歷 921 地震災情嚴重，透過民間社團和政府支持，於災後發展出一連串客家文化相關的活動。「搶成功活動推船競賽」被中華民國客家委員會列為「客庄十二大節慶」之一，競賽的優勝者表示搶得國姓爺的保佑，亦象徵贏得「成功」。

而 921 大地震時，居民認為是神農大帝的保佑庇護，才使五穀宮於地震中未受波及，故而擲筊奏請玉皇大帝恩准加封為鹿神，前五穀宮的鹿神分身現正供奉於褒雄宮，至今猶原是南港村的民間宗教信仰中心。每年歲終年末的 12 月，在褒雄宮舉辦「加冠晉鹿」的鹿神祭典禮，正是因此而發揚光大的文化活動，舉辦擲筊儀式來角逐頭獎金鹿冠，迎來福氣，還有很多豐富的獎品可以帶回家。

民眾可透過每年舉辦的兩場大型客家文化活動，結合社區旅遊，實地參與深化對地方的認同與情感。

(三) 方案三—生態環境教育路線（半日/一日遊）

南港社區位於九份二山國家地震園區旁，為台灣珍貴地質景觀教育場地，擁有大崩塌地、堰塞湖、震後房屋等景觀，也有溢洪道、智慧監測系統等防災設施，另外生態資源也是相當豐富多元，是一處資源豐富、極具教育意義之園區，除了平時假日可到此走訪，也是七、八月的暑假期間，帶年輕學子至戶外學習的好選擇，了解台灣九二一地震的歷史，以及防災重要性。

(四) 方案四—北港、南港社區路線（二日遊）

鄰近南港社區有國姓鄉的北港社區，同樣因應 921 震災農村聚落重建、農村綜合發展規劃及建設等計畫，改善現有道路及排水系統，建造景觀步道、自行車道、停車場、景觀涼亭、公共廁所、路燈、地標等公共設施，各項農村建設逐步完成，展現出富麗農村的嶄新風貌。

北港村區位交通便利，為通往蕙蓀林場、泰雅度假村必經門戶，糯米橋為著名三級古蹟，另有拱形水橋、水圳、水車、百年茄苳等景點，及私人興建之民宿、餐廳、溫泉山莊等設施。近年縣府推動北港溪溫泉區（北港村）希望將北港村加上石門村劃為溫泉專區（水長流、松伯崙社區），可配合北港村的資源優勢結合南港社區的旅遊路線，規劃兩日遊程，豐富旅遊方案。

三、體驗行銷實作

依據上述體驗路線歸納，本計畫協助社區舉辦體驗路線之實作，分別於 9/17 辦理方案四旅行一場，於 10/19 辦理方案一及方案三各一場次之體驗路線旅行，另由於今年受到疫情影響，國姓鄉將每年三月之鹿神祭活動取消，故無法辦理方案二之路線。以下為體驗行銷實作辦理情形：

(一) 方案一—水鹿農村經典路線（10/19）

本次體驗旅行為公司員工旅遊，成員共計 26 人，路線首先至觀景台了解當初九份二山於地震時發生之事蹟，以及觀景台往下望去便是水保局於此處進行的整治工程；後到傾斜屋體驗地震引發房屋傾斜之威力，下方攤販便是該房屋之屋主，進行導覽解說；於中午時間到社區活動中心享用鹿茸養生餐，餐後也進行醬鳳梨及薑黃皂 DIY 體驗，現場擺設當地社區農產品提供購買；最後到鄰近鹿園參觀體驗餵鹿，結束了一天的體驗行程。

表 4-30 10/19 方案一行程表

時間	內容	地點
08:30-08:40	報到	社區活動中心
08:40-10:40	導覽解說	觀景台
10:40-12:00	導覽解說	傾斜屋、震爆點
12:00-13:30	午餐（鹿茸養生餐）	社區活動中心
13:30-14:00	醬鳳梨 DIY 體驗	社區活動中心
14:00-14:30	薑黃皂 DIY 皂體驗	社區活動中心
14:30-15:00	社區農產品展售	社區活動中心
15:00-16:30	水鹿餵食體驗	百鶴養鹿場
16:30	賦歸	回程



圖 4- 59 水鹿農村經典路線（10/19）

（二）方案三—生態環境教育路線（10/19）

本次體驗旅行由學術研究單位參訪，成員共計 46 人，路線首先至傾斜屋和震爆點，透過震後景觀與解說，了解九份二山背景故事，而後前往因地震產生的堰塞湖步道參訪；由準線科技人員，解說其設置於觀景台上方之觀測站，了解其監測設備及運作方式，講述水土保持與防災相關知識；中午至社區活動中心享用養生鹿茸餐，現場也設有社區農產品攤位提供試吃與購買服務。

表 4- 31 10/19 方案三行程表

時間	內容	地點
08:40-10:40	導覽解說	傾斜屋、震爆點步道
10:40-12:00	導覽解說	觀景台監測設施、堰塞湖環湖步道
12:00-13:30	午餐（鹿茸養生餐）	社區活動中心
13:30-14:00	社區農產品展售	社區活動中心
14:00	賦歸	回程



圖 4- 60 生態環境教育路線（10/19）

(三) 方案四－北港、南港社區路線 (9/19)

本次體驗旅行由屏東農業產銷班參訪，成員共計 40 人，路線首先至鄰近南港社區的北港社區，其擁有糯米橋為著名三級古蹟，另有拱形水橋、水圳、水車、百年茄苳等景點，並體驗香茅 DIY；第二天至南港社區，走訪南港社區地震景觀景點，也做咖啡及炒花生的體驗，中午享用水鹿養生餐，並於展售中心購買社區農產品。

表 4- 32 9/19 方案四行程表

時間	內容	地點
1 Day		
08:00-11:00	集合出發～國道風光～停靠休息站	
11:00-12:00	足夢-聞香踏實(絲瓜/葉片息 DIY/古法香茅導覽)	阿坤香茅工坊
12:10-14:00	午餐:隱藏在北港村的鄉間好料理	後頭唇餐廳
14:00-16:30	糯米橋休閒農業區-導覽	北港村
17:00-進房	歡迎《回家》~感受有溫度的渡假會館~	陽光水岸會館
18:00-19:30	晚餐:陽光風味自助餐	
19:30-20:30	我們與國姓的夜話時間	
20:30-22:00	我們一起來飆歌吧	
22:00~	安穩舒適的睡個好覺~	
2 Day		
07:00-08:30	晨喚、早餐、整裝出發南港社區	陽光水岸會館
09:00-10:00	採烘磨泡喝咖啡	鳳鳴二號咖啡
10:00-10:30	導覽解說	堰塞湖環湖步道
10:30-11:30	導覽解說	傾斜屋、震爆點
11:30-13:00	午餐（鹿茸養生餐）	社區展售中心
13:00-13:30	炒花生 DIY	社區展售中心
13:30-15:00	社區農產品展售	社區展售中心
15:00~	賦歸	回程



圖 4- 61 北港、南港社區路線 (9/19)



第五節 發展策略方案擬定、提案與回饋

本節將依據研究背景、動機、目的及相關文獻探討以建立本研究之研究架構，提出研究假設，並以二階段問卷調查的方式蒐集資料，將各種指標所得的訊息加以量化，藉以蒐集實作回饋數據。茲將研究架構、研究變數之操作型定義與衡量、研究對象、問卷設計與測量工具、資料分析方法，分述如下。

一、研究架構

研究將探討南港社區旅遊動機與遊客體驗之滿意度，並以體驗行銷中，感官體驗、情感體驗、思考體驗、行動體驗及關連體驗作為主要衡量構面，探討體驗行銷、體驗價值、旅遊意願及遊客滿意度之間的關係，本研究架構如圖 4- 62。

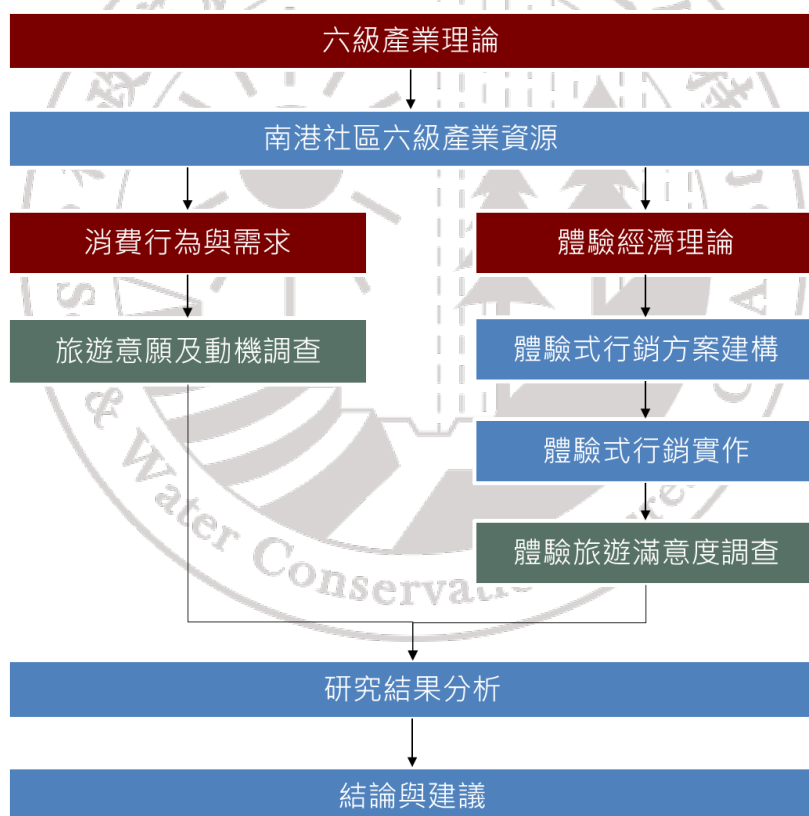


圖 4- 62 研究架構

二、研究構面之定義與衡量

(一) 遊客特性

本研究對遊客特性的衡量方面，主要參考農村社區遊憩實證相關研究所作之遊客特性變項，作為遊客特性的衡量指標，衡量問卷、操作型定義與衡量變項說明如表 4- 33 所示。

表 4- 33 遊客背景之操作型定義與問卷題項

研究變項	操作型定義	問卷題項
遊客背景	遊客依社經背景不同對旅遊動機及社區觀光體驗而有所差異。	1.性別 2.年齡 3.教育程度 4.職業 5.月均所得 6.資訊來源

(二) 旅遊動機與意見

本研究為了解一般民眾對於南港社區之認知以及對於農村社區旅遊之意願衡量，對旅遊動機的概念性定義為：經由地方認知、地方行程、參與活動、旅遊服務與消費動機五個面向進行旅遊動機調查，了解其旅遊之考量與目的。對遊客動機的衡量方面，主要參考劉惠國、何月妃（2016）提出「解說服務」、「解說設施」、「遊憩設施」及「心靈感受」等四個因素構面，並以相關消費動機文獻，考量問卷發放場合與對象略加修改，提出旅遊動機問卷，操作型定義與衡量變項說明如表 4- 34 所示。

表 4-34 旅遊動機各構面之操作型定義與問卷題項

研究變項	操作型定義	問卷題項	
地方認知	遊客對於「九份二山」及「南港社區」有何認知。	1.地震景觀 2.水鹿產業 3.梅花	4.客家文化 5.第一次聽到
套裝行程	遊客對於套裝行程是否有興趣。	1.非常有興趣 2.有興趣	3.尚可 4.無意願
參與活動	遊客對於何種活動有興趣，能吸引前往旅遊。	1.自然景觀 2.農村體驗 3.美食活動	4.體育活動 5.文化慶典 6.親子教育
旅遊服務	遊客對於旅遊地區之何種服務設施較為重視。	1.環境維護 2.旅遊資訊 3.交通便利性	4.餐飲小吃 5.旅宿服務 6.主題活動
消費動機	遊客對於在地之產品、服務，促成消費意願之因素為何。	1.價格合理 2.在地特色 3.品質認證	4.市場環境 5.購買便利 6.具有品牌

(三) 體驗行銷旅遊回饋

本研究對體驗行銷的概念性定義為：經由感官、情感、行動、思考與關聯五個面向進行體驗感受，使遊客產生獨特體驗，提升對商品或服務的價值。對遊客體驗的衡量方面，主要參考 Schmitt (1999) 提出體驗衡量之相關量表為基礎，為能適切運用於體驗行銷旅行中，引申其原有意涵並略加修改，發展出體驗行銷衡量問卷，操作型定義與衡量變項說明如表 4-35 所示。

表 4-35 體驗行銷各構面之操作型定義與問卷題項

研究變項	操作型定義	問卷題項
感官	遊客在參與完農場所提供的體驗活動後，所產生的愉悅或興奮等感受。	1.南港社區環境的設計很吸引我。 2.我覺得南港社區的空氣清新。 3.我覺得南港社區景色宜人、地質景觀震撼。 4.我覺得鹿茸特色料理很美味。 5.我可以聞到咖啡的香味。 6.南港社區相關商品包裝很吸引我。 7.我對南港社區的特有動物「水鹿」印象深刻。
情感	遊客在參與完農場所提供的體驗活動	1.國姓南港社區的整體氣氛，讓我感到放鬆。 2.國姓南港社區的舒適感，滿足我休閒的需求。 3.社區的水鹿解說及餵食互動，令我感到喜愛。

研究變項	操作型定義	問卷題項
	後，所產生的正面情感。	4.社區人員接待親切，令人感到貼心。 5.社區佈置的感覺讓人感到溫暖。
思考	遊客在參與完農場所提供的體驗活動後，所產生的集中、分散思考及好奇心。	1.參與園區的活動，引發我對人文生態環境的好奇(如：自然、文化、地震、產業)。 2.透過國姓社區旅遊後，我對生活步調有不同想法。 3.透過旅遊的活動，使我對國姓南港社區有更進一步的認識。
行動	遊客在參與完農場所提供的體驗活動後，用發自內心的行動，展現自我價值觀。	1.我會想再來國姓南港社區。 2.我會想把國姓南港社區的景色拍照起來留念。 3.我會想參加國姓南港社區所舉辦的活動。 4.我會想買國姓南港社區的相關產品。
關聯	遊客經由品牌購買與使用產生連結，獲得社會識別與歸屬。	1.到國姓南港社區旅遊，拉近我跟親朋好友的距離。 2.我會想將國姓南港社區的體驗跟朋友分享。

三、問卷設計

本研究依據上述各研究變項及操作型定義，同時參考學者之研究，來設計問卷題項。本研究以問卷調查方式，依據問卷取向主要分為兩種問卷，其一為調查民眾前往南港社區之意願與旅遊動機，分為四個部分，分別為地方認知、套裝行程、動機考量及遊客特性。

其二為針對已參與體驗行銷方案之遊客，了解其感受對於體驗行銷理論之對應關係，分為三個部分，分別為體驗行銷、意見回饋以及遊客特性。希望透過問卷衡量遊客對問項的態度及看法。本問卷除遊客特性與意見回饋外，其餘構面均採李克特（Likert）五點尺度，來進行測量，分別為非常重視、重視、普通、不重視、非常不重視五類，依序給 5、4、3、2、1 分，如附錄四所示。

四、樣本及資料蒐集

本研究之研究對象-南港社區，是從九二一地震災害中成功重振並轉型的農村再生社區，其農業資源豐富，更有全台最多的水鹿養殖產業；早期遷入的客家族群，也是目前主要的文化族群，社區裡保有客家建築、傳統節慶與客家美食。而經過水保局的長期治理，該社區除了震撼人心的地質景觀，更有許多水土保持治理的工程成果，而經過社區組織和居民的努力，逐漸發展出各式農業產品以及推出社區旅行，並結合生態防災教育，讓遊客針對南港社區有初步的認識。

社區接待方式多以團體參加的遊客為主，安排社區導覽及環境生態解說，使遊客能更深刻完整的了解南港社區的面貌；透過薑黃皂 DIY、椴木香菇、水鹿餵食及咖啡體驗等，增進遊客和社區農民之間的互動；鹿茸養生餐更是當地一大特色餐食，結合當地特色鹿茸產業與客家文化，運用當地食材，配合解說讓遊客更了解食農教育之重要，每年三月的鹿神祭更是當地一大重要節慶活動。

由於社區的先天條件（如交通不便、地質敏感及人口老化等），使得農村社區經營上較為困難，知名度亦不高，因此，本問卷首先瞭解遊客前往之意願動機，意願動機研究對象為一般民眾，將於南港社區舉辦至台中黎明新村前廣場之農產品展售攤位發放，意願動機問卷於 109 年 9 月 4 日進行，共計發放 54 份問卷；於實際參與活動後，調查體驗心得回饋，給予問卷協助填答，故體驗行銷以參與南港社區旅行活動為研究對象體驗行銷問卷發放時間為 9 月 17 日及 10 月 17 日，共計發放 51 份問卷。

五、研究結果與分析(一)-旅遊動機

(一) 樣本結構

本研究之樣本結構內容包括性別、年齡、教育程度、月均所得及資訊來源等五項遊客背景，茲敘述如下。

1.性別

本次問卷回收共計 54 份，其中男性回答者 17 份(31.5%)，女性回答者 37 份(68.5%)，性別女性比例較多。

表 4-36 民眾填答者性別統計表

性別	人數	百分比 (%)	累積百分比 (%)
男性	17	31.5	31.5
女性	37	68.5	100
總計	54	100	

2.年齡

在民眾年齡分布上，以 51-60 歲最多佔 15 位(27.8%)；其次為 60 歲以上佔 11 位(20.4%)。因此，從遊客年齡觀察顯示，黎明新村農產市集吸引的民眾為中老年人，如表 4-37 所示

表 4-37 民眾填答者年齡統計表

年齡	人數	百分比 (%)	累積百分比 (%)
20 歲以下	4	7.4	7.4
21-30 歲	9	16.7	24.1
31-40 歲	8	14.8	38.9
41-50 歲	7	13.0	51.9
51-60 歲	15	27.8	79.6
60 歲以上	11	20.4	100
總計	54	100	

3.教育程度

在教育程度上，以大專院校佔大多數 29 人(53.7%)；其次為碩士 12 位(22.2%)，調查結果顯示民眾教育程度大多集中在大學，顯示大學教育普及的情形。

表 4-38 民眾填答者教育程度統計表

性別	人數	百分比 (%)	累積百分比 (%)
國中以下	4	7.4	7.4
高中(職)	9	16.7	24.1
大專院校	29	53.7	77.8
碩士	12	22.2	100
博士	0	0	100
總計	54	100	

4.月均所得

在月收入方面以 20,000 元以下佔最多佔 15 位(27.8%)；從年齡及月均所得收入調查結果顯示，參加市集民眾多為退休人員。

表 4-39 民眾填答者月均所得統計表

月均所得	人數	百分比 (%)	累積百分比 (%)
20,000 以下	15	27.8	27.8
20,000-30,000	11	20.4	48.1
30,000-40,000	11	20.4	68.5
40,000-50,000	14	25.9	94.4
50,000-60,000	1	1.9	96.3
60,000 以上	2	3.7	100
總計	54	100	

5.資訊來源(複選題)

在資訊來源方面，民眾的資訊來源以親友告知 23 位(42.6%)及網路社群 22 位(40.7%)佔大多數。顯示民眾多以親友資訊，再加上網際網路發達，民眾獲取資訊方便快捷。

表 4-40 民眾填答者資訊來源統計表(複選題)

選項	答題數	百分比 (%)
電子媒體	18	33.3
旅遊展覽	9	16.7
旅行社	3	5.6
海報/摺頁/DM	5	9.3
網路社群	22	40.7
親朋好友告知	23	42.6

(二) 次數分配統計分析

1. 地方認知(複選題)

對於南港社區的認知，一般民眾普遍對南港社區的認知是地震景觀佔 29 位(53.7%)，其次為第一次聽到 20 位(佔 37%)，顯示除了地震景觀外，南港社區的知名度也較低，近四成民眾沒聽過。

表 4-41 民眾填答者地方認知統計表(複選題)

選項	答題數	百分比 (%)
地震景觀	29	53.7
水鹿產業	13	24.1
梅花	5	9.3
客家文化	9	16.7
第一次聽到	20	37

2. 套裝行程(複選題)

若南港社區推出套裝行程，一般民眾普遍對南港社區套裝行程有興趣佔 28 位(51.9%)，其次為尚可 16 位(佔 29.6%)，顯示民眾多數對南港社區套裝行程有興趣。

表 4-42 民眾填答者套裝行程統計表

選項	答題數	百分比 (%)
非常有興趣	10	18.5
有興趣	28	51.9
尚可	16	29.6
沒興趣	0	0
非常沒興趣	0	0

3. 考量動機(複選題)

在參與動機方面大多以自然景觀較有吸引力佔 35 答題數 (64.8%)；旅遊服務以旅遊便利佔 24 答題數(44.4%)；在消費動機方面以在地特色為最多考量佔 44 答題數(81.5%)

表 4-43 民眾填答者考量動機統計表(複選題)

參與活動	選項	答題數	百分比 (%)
	自然景觀	35	64.8
	農村體驗	21	38.9
	美食活動	21	38.9
	體育活動	2	3.7
	文化慶典	15	27.8
	親子教育	4	7.4
旅遊服務	選項	答題數	百分比 (%)
	環境維護	10	18.5
	旅遊資訊	16	29.6
	交通便利行	24	44.4
	餐飲小吃	17	31.5
	旅宿服務	18	33.3
	主題活動	12	22.2
消費動機	選項	答題數	百分比 (%)
	價格合理	19	35.2
	在地特色	44	81.5
	品質認證	14	25.9
	市場環境	5	9.3
	購買便利	3	5.6
	具有品牌	2	3.7

六、研究結果與分析(二)-體驗行銷

(一) 樣本結構

本研究之樣本結構內容包括性別、年齡、教育程度、職業、月均所得及資訊來源等六項遊客背景，茲敘述如下。

1.性別

本次問卷回收共計 51 份，其中男性回答者 27 份(52.9%)，女性回答者 24 份(47.1%)，性別男性比例稍多。

表 4-44 遊客填答者性別統計表

性別	答題數	百分比 (%)	累積百分比 (%)
男性	27	52.9	52.9
女性	24	47.1	100.0
總計	51	100.0	

2.年齡

在民眾年齡分布上較為平均，以 41-50 歲最多佔 11 位 (21.6%)；其次為 31-40 歲佔 10 位(19.6%)及 51-60 歲佔 10 位 (19.6%)。因此，從遊客年齡觀察顯示，參與南港社區旅行者多為青壯年人口，如表 4-45 所示

表 4-45 遊客填答者年齡統計表

年齡	答題數	百分比 (%)	累積百分比 (%)
20 歲以下	3	5.9	5.9
21-30 歲	8	15.7	21.6
31-40 歲	10	19.6	41.2
41-50 歲	11	21.6	62.7
51-60 歲	10	19.6	82.4
60 歲以上	9	17.6	100.0
總計	51	100.0	

3.教育程度

在教育程度上，以大專院校佔大多數 21 人(41.2%)；其次為高中(職)11 位(21.6%)及碩士 10 位(19.6%)，調查結果顯示民眾教育程度大多集中在大學，顯示大學教育普及的情形，碩士比例也較高，顯示較高學歷者參與。

表 4- 46 遊客填答者教育程度統計表

教育程度	答題數	百分比 (%)	累積百分比 (%)
國中以下	7	13.7	13.7
高中(職)	11	21.6	35.3
大專院校	21	41.2	76.5
碩士	10	19.6	96.1
博士	2	3.9	100.0
總計	51	100.0	

4.職業

在職業類別上，以其他佔大多數 21 人(41.2%)；其次為商業 13 位(25.5%)，依據觀察，參加者多為退休人員、農業產銷團體以及學術研究單位，故多選擇其他之選項，商業次之。

表 4- 47 遊客填答者職業統計表

職業	答題數	百分比 (%)	累積百分比 (%)
軍公教	7	13.7	13.7
商業	13	25.5	39.2
工業	1	2.0	41.2
自由業	5	9.8	51.0
學生	4	7.8	58.8
其他	21	41.2	100.0
總計	51	100.0	

5. 月均所得

在月均收入方面以 30,000-40000 元佔最多佔 12 位(23.5%)，月均收入 20,000 元以下 11 位(21.6%)次之，從月均所得收入調查結果對照年齡顯示，參與體驗行銷旅行之人員組成較多元，20,000 元以下應以退休人員及學生居多。

表 4-48 遊客填答者月均所得統計表

月均所得	人數	百分比 (%)	累積百分比 (%)
20,000 以下	11	21.6	21.6
20,000-30,000	8	15.7	37.3
30,000-40,000	12	23.5	60.8
40,000-50,000	9	17.6	78.4
50,000-60,000	2	3.9	82.4
60,000 以上	9	17.6	100.0
總計	51	100.0	

6. 資訊來源(複選題)

在資訊來源方面，民眾的資訊來源以親友告知 29 位(53.7%)及網路社群 10 位(18.5%)佔大多數。顯示民眾多以親友資訊，再加上網際網路發達，民眾獲取資訊方便快捷。

表 4-49 遊客填答者資訊來源統計表(複選題)

選項	人數	百分比 (%)
親朋好友告知	29	53.7%
網路社群	10	18.5%
電子媒體	7	13.0%
旅遊展覽	3	5.6%
海報/摺頁/DM	3	5.6%
旅行社	2	3.7%

(二) 敘述性統計分析

本分析將針對遊客在南港社區旅遊之後，有關體驗行銷、意見回饋以及遊客特性，探討遊客對那些問項的平均重視程度較高。遊客對南港社區旅行所提供的體驗重視程度，如表 4- 50。

體驗行銷重視程度在情感方面以「社區人員接待親切，令人感到貼心」的平均數 4.59 最高，而以「社區的水鹿解說及餵食互動，令我感到喜愛」的平均數 4.16 最低。

在思考方面以「參與園區的活動，引發我對人文生態環境的好奇(如：自然、文化、地震、產業)」的平均數 4.37 最高，而以「透過國姓社區旅遊後，我對生活步調有不同想法」的平均數 4.12 最低。

在關聯方面以「我會想將國姓南港社區的體驗跟朋友分享」的平均數 4.25 最高，而「到國姓南港社區旅遊，拉近我跟親朋好友的距離」的平均數 4.16 次之。

在感官方面以「我覺得南港社區的空氣清新」的平均數 4.41 最高，而「南港社區相關商品包裝很吸引我」的平均數 4.00 最低。

在行動方面，以「我會想把國姓南港社區的景色拍照起來留念」的平均數 4.31 最高，而「我會想參加國姓南港社區所舉辦的活動」的平均數 3.88 最低。

對遊客體驗行銷重視程度整體而言，以情感的重視程度較高，而以行動的重視程度較低。

表 4-50 體驗行銷之敘述行統計分析表

研究變項	單項變數	平均數	標準差	總平均	排序
情感	1. 社區人員接待親切，令人感到貼心。	4.59	0.78	4.30	1
	2. 國姓南港社區的整體氣氛，讓我感到放鬆。	4.29	0.83		
	3. 社區佈置的感覺讓人感到溫暖。	4.27	0.78		
	4. 國姓南港社區的舒適感，滿足我休閒的需求。	4.18	0.87		
	5. 社區的水鹿解說及餵食互動，令我感到喜愛	4.16	0.86		
思考	1. 參與園區的活動，引發我對人文生態環境的好奇(如：自然、文化、地震、產業)。	4.37	0.75	4.28	2
	2. 透過旅遊的活動，使我對國姓南港社區有更進一步的認識。	4.35	0.84		
	3. 透過國姓社區旅遊後，我對生活步調有不同想法。	4.12	0.93		
關聯	1. 我會想將國姓南港社區的體驗跟朋友分享。	4.25	0.93	4.21	3
	2. 到國姓南港社區旅遊，拉近我跟親朋好友的距離。	4.16	0.86		
感官	1. 我覺得南港社區的空氣清新。	4.41	0.83	4.20	4
	2. 我覺得南港我覺得鹿茸特色料理很美味。景色宜人、地質景觀震撼。	4.27	0.85		
	3. 我對南港社區的特有動物「水鹿」印象深刻。	4.27	0.80		

研究變項	單項變數	平均數	標準差	總平均	排序
	4. 我覺得鹿茸特色料理很美味。	4.22	0.90		
	5. 我可以聞到咖啡的香味。	4.12	0.86		
	6. 南港社區環境的設計很很吸引我。	4.08	0.77		
	7. 南港社區相關商品包裝很吸引我。	4.00	0.85		
行動	1. 我會想把國姓南港社區的景色拍照起來留念。	4.31	0.79	4.10	5
	2. 我會想買國姓南港社區的相關產品。	4.14	0.80		
	3. 我會想再來國姓南港社區。	4.08	0.87		
	4. 我會想參加國姓南港社區所舉辦的活動。	3.88	1.03		

(三) 意見回饋

本研究除了上述體驗行銷問項設計，也提供了遊客自由填答之題項，用以了解體驗行銷方案之整體表現或可改進之處，相關意見如下表 4-51 所示。

從遊客意見顯示，多數意見為正面表述南港社區所舉辦的體驗、食物以及地景，顯現南港社區有一定的能力和水準舉辦相關活動，但基於由舉辦方提供之問卷，遊客較無法真實反映體驗行程之問題，僅一則提及環境維護仍須改進。

表 4- 51 遊客填答者意見彙整表

填答項次	對於本遊程體驗請告訴我們您的其他寶貴意見? (印象深刻、優點或待改進等)
1	社區很和諧互助
2	看到社區群聚的力量，使社區發展更好，年輕人願意留在社區，很棒的體驗，謝謝社區招待
3	餐點很棒很健康
4	體會平常生活無法體會的非常感
5	鹿茸、DIY 活動、薑黃增加常識，很適合環境教育。
6	行程體驗不錯，但堰塞湖步道雜草叢生，缺乏管理維護
7	在今天的社區體驗及導覽活動的過程當中，感受得到社區發展協會的所有成員對於社區社區產業人文發展維護的熱情、充滿希望與動力深受感動，水鹿養殖場親切詳盡的解說讓我對於水鹿養殖的過去、現在、未來有更深的認知與了解，未來希望透過地方創生與農村再生升值社區發展動力的持續推動，對於社區發展有更好的、更積極的協助與發展的未來！
8	很棒很有特色
9	講解親切且輕鬆活潑
10	是很棒的歷程體驗！
11	傾斜屋很驚艷 很有趣



第五章 結論與建議

第一節 結論

本研究以南港社區為例，蒐集整理有關六級產業模式文獻，並蒐集地方產業人士意見，了解南港村與周邊地區發展脈絡，從政府相關計畫支持，到地方產業的發展，可發現地方不論自然或人文環境，都有其自明性，特殊的地質既是光觀優勢，亦是發展限制之一，本研究透過歸納分析，嘗試以農村社區旅行規劃作為本計畫執行的主軸，並試以過去社區經驗與現有資源，以服務資源與遊程種類，規劃四種可行路線方案，並在實作之前，透過問卷訪問一般民眾對於南港社區之認知與旅遊動機；而後施行其中三種方案實作後，再次透過問卷方式，了解本次體驗式行銷施行成效，輔以提供南港社區參考與策略方向擬定之依據。

一、闡明六級產業模式與南港社區之關係

以日本今村奈良臣提出之「六級產業模式」，完成地方資源盤點，如一級產業：水鹿、咖啡、枇杷及相關農作；二級產業：鹿茸酒、咖啡豆、果乾及各式產品；三級產業：導覽解說、體驗活動及防災教育等，透過理論結合實務，盤點建立南港村六級產業分析架構。

二、了解南港社區現況、居民看法與課題

藉由現地觀察、社區深度訪談統整南港社區六級產業化之現況，了解產業發展現況，並發掘居民對於社區發展走向之共識，同時蒐集未來需改善之方向意見。

三、南港社區與六級產業之案例比較

依據六級產業模式總整南港社區現況，並與國內知名六級產業案例－花蓮立川漁場和薰衣草森林進行案例分析，綜合南港社區六級產業化值得參考借鏡之處，透過地方特色產業的專業化與休閒化，結合故事、餐飲及形象，創造地方品牌帶動周邊產業的發展，並著重在產業經營組織與策略上。

四、六級產業模式整合體驗式行銷之可行性

透過文獻回顧體驗經濟與六級產業模式歸納分析後，結合體驗行銷之消費者角度，透過感官、情感、思考、行動、關聯等五個要素來設計；以六級產業模式角度而言，可透過農林漁牧產業，進而衍伸休閒農業、伴手禮、創意料理，考量現有資源，提出以體驗旅遊為六級產業主軸，並依據基礎服務機能盤點、遊程的分類，規劃出「水鹿經典」、「人文慶典」、「防災教育」及「北港二日遊」等，四種可行的路線方案。

五、體驗行銷實作回饋與結果

(一) 旅遊動機面

經研究發現，多數民眾對南港社區的了解多為地震發生地，或近四成民眾不知道這個地方；若以套裝行程方式，多數民眾皆有興趣參加；在參與活動方面，以自然景觀最為吸引人，旅遊服務面則側重交通的便利性與旅宿服務，消費動機面，則以在地特色為最高。透過上述民眾填答內容，可作為後續旅遊精進及社區發展之重點考量因素。

(二) 體驗行銷面

遊客對於南港社區體驗行銷的重視程度，以情產體驗的重視程度較高，其次是思考體驗、關聯體驗、感官體驗及行動體驗，由此可看出，南港社區在提供情感及思考體驗已獲得大多數遊客的認同。關聯體驗在於透過品牌購買與使用產生連結，因此，南港社區可以水鹿為主角，製造利於和地方連結之獨到識別商品，方便遊客攜帶與回味。

感官體驗在於體驗完後，遊客能產生愉悅或興奮的感受，顯示南港社區在視覺營造、品牌包裝及五官感受性仍需強化提升；行動體驗著重參與完農場所提供的體驗活動後，用發自內心的行動，展現自我價值觀，顯示南港社區雖然第一次參與能獲得正面的迴響，但不足以吸引遊客想再次前來，在活動豐富度、特色及內在感受應更加注意。



第二節 建議

本研究將盤點分析南港村之發展情形與課題對策，並且依據地方創生之提案步驟，導入操作實作，成果效益豐碩，然礙於時間及物力影響，近能短期操作，長期推動效益有限，而為達成社區長期永續發展之願景，有關本研究未來發展策略建議如下：

一、精進社區經營內容

(一) 培訓在地化解說導覽員

南港社區擁有特殊客家文化發展紋理與地震相關的故事，而解說的目的是不僅推廣社區文化，更是藉由口述歷史，激發遊客對於在地故共鳴度，與社區居民的認同感。

(二) 在地化食材認證機制

推行在地食材認證制度，除以提昇糧食自給率、減少食物里程為目標，更可對於支持當地物產的商店、餐廳頒發認證標章，為地方農特產品產銷盡一份心力。

(三) 配合優質農村體驗品質評鑑

待發展成熟，可透過此計畫依「體驗環境建設」、「行程內容與特色」、「體驗經營及行銷管理」及「社會責任」等進行服務品質評鑑，並依服務能量進行團客、散客、國際旅人型態分類，達成優質農村體驗品牌。

二、經營體驗遊程後續運作

依據本研究盤點發現，南港社區長期受到各界計畫補助與資源輔導，而每次計畫單點的投入都能有短期的效益，一旦計畫消失，成果效益也跟著減少。

目前南港社區雖有發展協會的組織架構，但對於遊程的安排、聯絡窗口和資源分配方面，仍需加強。考量社區幹部各自忙碌，且人口老化，難以專注在社區發展之上，建議未來可透過第三方組織輔導，借助如地方創生專家輔導團專長，或和學研單位合作至地方給予創生事業診斷、指導及諮詢輔導，透過中央、地方及民間三方合作，突破目前的發展困境。

三、產業行銷規劃

透過區域資源串聯及客群分眾行銷，並開發多元旅遊產品及高潛力客源，規劃學術研究、國際園區交流及創新行銷手法，整合周遭觀光資源，推廣社區產業；亦可透過企業、學校社會責任，引入跨域資源，協助行銷推廣。



第三節 達成效益

一、經濟效益

本次體驗行銷旅行，共計執行三種方案，其中方案四因遊客較多消費鹿茸酒之高單價產品，故該場次收益較高，達 44,000 元；方案一及方案三多為一般學術單位參訪與景點參觀，收益為 21,500 元，是故，若以整合體驗行銷，能達到提升農村社區產業之經濟效益。

表 5-1 經濟效益彙整表

方案	項目	收益（淨利）	總計（淨利）
方案四-北港二日 9/17	農特產品	40,000 元(概估)	44,000 元
	鹿茸養生餐	1,000 元*4(桌)	
方案一-經典水鹿 方案三-防災教育 10/17	DIY 體驗	2,500 元	21,500 元
	農特產品	11,000 元	
	鹿茸養生餐	1,000 元*8(桌)	

二、社會效益

在實踐六級產業體驗行銷，推進農村小旅行的過程中，使社區幹部、居民關係融洽，彼此討論達到社區意見之凝聚，轉換成社區共同意識，有效推動社區產業永續經營發展；同時增進遊客地方認同與深度旅遊體驗。

三、環境效益

促進南港社區在低度利用維護環境的條件下，將地質景觀、水鹿養殖業、體驗融合，創造出特色體驗來吸引觀光客，並藉由社區公約約束，以社區力量維護環境，使原有自然風光景色得以永續發展。

參考文獻

1. Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1998). Welcome to the experience economy. *Harvard business review*, 76, 97-105.
2. Schmitt, B. H. (2000). *Experiential marketing: How to get customers to sense, feel, think, act, relate*. Simon and Schuster.
3. 丁郁菁 (2012)。消費者對地方特色產品的感官體驗、顧客價值與購買決策相關性研究，碩士論文，逢甲大學景觀與遊憩系所。
4. 王鵬森、方正中、蔡育峻 (2017)。生態農場與休閒農場遊客行為之研究。耕莘學報，第 15 期，第 5 -23 頁。
5. 行政院 (2017)。國民消費意識及消費行為調查期末報告。
6. 行政院農業委員會水土保持局 (2002)。九份二山國家地震紀念地整體規劃與建設。
7. 行政院農業委員會水土保持局 (2011)。南投縣國姓鄉南港社區農村再生計畫。
8. 行政院農業委員會水土保持局 (2019)。水沙連地區生態綠環境區域亮點計畫。
9. 林碧惠、林慧生 (2014)。休閒農場體驗活動知識取向、教育功能與教育價值之相關性研究—以飛牛牧場為例。觀光旅遊研究學刊，第 9 卷，第 2 期，第 1-17 頁。
10. 黃世輝、蘇秀婷、王志華、巫羿賢、林家陞 (2018)。活絡農村工藝與文化資產的運作機制—以雲林縣推動觀光體驗的農村社區為例。

11. 蔡順來（2011），地方產業與家族移民—以壽豐立川漁場蔡氏家族為例，碩士論文，國立東華大學台灣文化系所。
12. 張富瑞（2010）。薰衣草森林。策行期末報告，政治大學企業管理碩士二年級。
13. 黃偉如（2011）。六級產業的個案觀察解析—日本農業的案例。中尉報告，2011年7月號，第2-11-2-12頁。
14. 劉惠國、何月妃（2016）。遊客對環境教育場所服務品質之研究-以深溝水源生態園區為例。觀光與休閒管理期刊，第4卷，第1期，第99-108頁。
15. 叢昕滋（2015）。以六級產業化推動原住民傳統生態知識與農業地景永續發展之研究：以寶地農場為例，碩士論文，輔仁大學景觀設計系所。
16. 蘇錦夥（2014）。六級產業達人：123產如何點石成金。

